【国際おたく大学】

―― 1998年 最前線からの研究報告 ――

学長 岡田斗司夫 編

1998 International Otaku University Otakuology Annual supervised by Toshio Okada (the first President)

光文社

’98

おた大

International Otaku University

国際おたく大学

Otakuology Annual

学長 岡田斗司夫 編

supervised by Toshio Okada

光文社

1998 International Otaku University Otakuology Annual

【国際おたく大学】

一九九八年　最前線からの研究報告

【開講の辞】

国際おたく大学学長
岡田斗司夫(おかだとしお)

ここ数年、おたく関係の出版物がよく出ている。アニメにしろ、ゲームにしろ、特撮にしろ、月に一冊か二冊は必ず本屋で平積みにされている。出版不況が叫ばれるなか、おたく関係の本はよく売れるのだろう。僕もそのような本を三冊も出版しているので、批判めいたことが言える義理でもない。

このようなおたく関係本には、自分を含めて特徴らしきものがある。書いているのが必ず30歳代のおたく世代だということだ。こんなに本が出て、自分と同世代が活躍しているのはとても喜ばしいことだと思う。

しかしおたく出版物が大繁盛している今、大きな問題点が見えてきた。出ている本をいろいろ読んでも、全体としておたく文化やおたく界がどうなっているのか、さっぱりわからないのだ。

いま現在、おたく関係書として出版されているのは、研究書と批評書が中心だ。研究書は、おたく界で練り上げられた専門用語を駆使(くし)して書かれ、高度に専門化している。批評書には逆に、著者の過剰な思い入れがたっぷり語られていて、対象となるべき作品や現象そのものが見えにくい。

いずれもレベルは高く、すばらしい本が多いのも事実だ。しかし、そういったレベルの高い局所的な

本ばかり、というのが問題ではないだろうか。僕には、何か中心にあるモヤモヤとしたものを掴み切れていない、という感じが拭えないのだ。

ちょっと変なたとえ話をすると、今の状況は、日本という国を紹介するときに、渋谷や秋葉原の若者レポートと永田町のニュースだけで伝えようとするようなもんだ。そんな構成では、全体としての日本像は伝わらない。日本人にとって当たり前のことでも、他の国から見れば明らかに違う特徴を、もっとしっかりと捉えなければ始まらない。

同様に、おたく界やおたく文化を総体として捉えるために必要な中心の知識や情報、時間的、距離的に引いた目で見たときの価値観を、きちんと捉える。そういったいわば、おたく界の基礎教養、エスタブリッシュメントとなるべきものが必要なのである。

そんな難しいことを言い出さなくても、こういったおたくの研究書や批評書は現に売れてるんだからいいのではないか、と考えられる向きもいらっしゃるかもしれない。が、そのような出版物がかくも多量に受け入れられるのは、現在30代を中心とするおたく世代が異常に増加したため、今は商品として成り立っているだけだからなのだ。このまま放っておけば、新たなおたく層の開拓は不可能だ。結果、おたく文化は近いうちに袋小路に入り込み、先細りになって滅びてしまうだろう。

だからこそ、今のうちにおたく文化の基礎を学べる本、おたく文化を総体として捉えられる本が必要だと考えた。そこで企画したのが本書、『国際おたく大学』なのである。

この本の中で開講されている20の講義は、それぞれ故意にレベルを違えてある。普通の人にもよくわかるやさしい言葉で書かれたものもあれば、典型的なおたく表現で高度な知識をバックボーンに書か

れたものもある。
おたく界の常識という割りには、僕が選んだ20個のジャンルはかなり片寄っているように見えるかもしれない。鉄道もミリタリーもＴＲＰＧもない。が、全体を通して読んでいただけば、今のおたく文化の現状をリアルに把握してもらえるように選んだつもりだ。どこまでがおたく文化かという境界線すらぼやけている、巨大で複雑な塊り（かたまり）を、包括的に語るのは難しい。それを踏まえたうえで、最も効果的な切り口、着眼点を選んで講義を組み立てたつもりである。
本書はこれからも毎年一冊ずつ発行して、その年のおたく文化や状況をリアルタイムで伝えていく本にしたいと考えている。同時に、そういった状況や変化が、一体どうしてなのか、何を意味するのか、といったことを常に問い続ける姿勢をずっと持ち続けていたいと思う。
最後に、この国際おたく大学は、もともとインターネット上に「開かれた大学」として創設された大学だ。ぜひ、のぞいてみていただきたい。そして、自分も一発、このジャンルで論文を書いてみようかと思う人は、積極的に論文を送ってほしい。来年のこの講義集には、現在この本を手に取って読んでくれている人たちが、新たな教授陣として活躍していることを熱望している。

1998年7月7日

【国際おたく大学 一九九八年 最前線からの研究報告】……目次

【この講義の読み方】学長・岡田斗司夫

▼「伊藤（バカ）くん問題」には現在のオタク界の問題点・閉塞点がすべて凝縮されている。エヴァのヒットは、その作品自身が優秀だった、という本質に目を背け、まるで自分たちのオタク的感性が世間に受け入れられたかのように誤解してしまった伊藤（バカ）くん。彼はエヴァという作品に自分を代弁してもらい、そこに安寧を見つけようとした。まさしくオタクそのものである。　▼と偉そうに僕は言うけど、別にこれは彼だけの問題ではない。オタクとは多かれ少なかれオタク的作品によってアイデンティティを補完してもらっている存在だ。僕を含め、すべてのオタクが背負っている人間としての本質的な欠損、いわば「オタクの原罪」なのだ。▼唐沢氏はオウム論争の時に一貫して「オウム問題」ではなく、オウム現象を語る」というスタンスを維持した数少ない論客である。今回の講義では、エヴァンゲリオンという作品ではなく、その生み出した現象・後遺症を語ることによって、現在のオタク界を総括していた

協力:アニメージュ（徳間書店）

【講師略歴】唐沢俊一　からさわ　しゅんいち

1958年、北海道生まれ。演芸プロデュース業を経て、文筆業に。「と学会」の創設会員・運営委員でもある。『美少女の逆襲』『薬局通』『古本マニア雑学ノート』（ダイヤモンド社）、『トンデモ怪書録』『トンデモ美少年の世界』（小社刊）など、著書多数。

「サブカルのパンドラの箱〜伊藤（バカ）くん問題」

本年度集中講義【エヴァ現象】

【図解】…ソルボンヌK子

【講師】…唐沢俊一（カルト物件評論家）

「エヴァ褒め」とは何だったのか

また伊藤（バカ）くん（注1）の話か、あれはもう飽きたよ、とおっしゃる方もいらっしゃると思う。実は、僕自身がもう半ば飽き果てている。

別冊宝島『サイコさんへの手紙』（宝島社）で彼と僕との因縁はある程度書き尽くし得たと思っているし、評論家の永瀬唯氏との対談を収録した『ザ・デイ・アフター・エヴァ』（水声社）の中で、名前こそ出していないが伊藤（バカ）くんたち一派がなぜ、エヴァ、ことに『夏エヴァ』と呼ばれる映画『THE END OF EVANGELION』に、あそこまでカン違いしたままハマり、そしてそこに留まり続けたのか、という問題にもひとつの予想を述べておいた。

予想は予想であって解答ではあり得ないが、少なくともある一面においては、これまでほとんどのエヴァ評論が見ていなかった"状況"の中で人がエヴァにハマる必然性というものを指摘したと確信している。

それ以前に、アスペクトから出た鶴岡法斎氏の対談集『新世紀の迷路』には、伊藤（バカ）くん本人が、エヴァに対する、いやシンジくんに対する自らのアンビバレンツな心情を混乱しながら語っている。この対談集には僕と鶴岡氏との対談も含まれているが、エヴァを常に一アニメとしてとらえ、その周囲、社会に与えた状況として分析しようと必死にその当時のムーブメントに抗っているこの二人と、180度対照的な伊藤（バカ）くんの対比が実はこの本の一番の見物と言える。それらの内容に興味がある方は、それぞれの本を参照していただければ幸いである。

僕が、あえてここで三たび、不本意ながらも（何よりも伊藤くん自身が不本意であろう）彼の名を冠してエヴァを語れ、という岡田斗司夫氏からの依頼を引き受けたかと言うと、その後、さまざまな人とオタク世代問題を語

注1／伊藤（バカ）くん
「現在フリーライター。名古屋大学理学部地球科学科卒。某データ通信大手に就職するもマンガ家の夢断ち難く退社、某メジャーマンガ家のアシスタントとなるが『学歴を否定するマッチョな仕事場の雰囲気になじめず』その頃出会った唐沢商会のアシスタントスタッフにシフト。オタク修業にはげむが、その途中でエヴァに出会い、信仰告白の後破門されるに至る。

その経緯がニフティサーブのコメディフォーラムスペシャル（GOFCOMEDYS）・オタクアミーゴス会議室でライブされ、カルトな"裏"人気を得ている」（唐沢・注）

ちなみに「芸名」は96年夏頃、岡田学長によって命名された。

「彼の名前は『伊藤（バカ）』くんではなく、『伊藤（バカ）くん』ですので。まぁ宮崎勤事件を『宮崎くん事件』と呼ぶメンタリティと同じ、と考えて下さい」（岡田・注）

る中で、オタクに対しアンビバレンツな感情を抱いている一派の存在と、その対立点、そしてそれらの人々とオタクとのコンタクトという問題に対し、「伊藤（バカ）ケース」とでも名付けなくてはいけないあの事件が、かなり根本的な内容を含んでいた、ということに気がついたからである。

伊藤（バカ）くんこそ、世紀末「一般知識人」の姿だ

今まで、僕は「エヴァ」を語るダシとして伊藤（バカ）くんを使ってきた。それは間違っていたのではないか、と思う。

すでに僕の中においてエヴァンゲリオンというアニメは過去のものだ。それは、あの時点で常軌を逸したまでにエヴァ褒めを尽くしていた評論家たちを含めて、一般の人たちも同様だろう。だが、伊藤（バカ）くんの問題は、それから先も、ずっと僕の心の中にひっかかり続けている。

「あれは何だったのか？」

と。

先日、新宿のトークライブハウス『ロフトプラスワン』（注2）でエロ漫画トークが開催されたとき、現在はエロ漫画評論を主な発表場所にしている泊倫人こと伊藤（バカ）くんが出演する、という噂がたった。そこに、例の事件（注3）以来、伊藤（バカ）くんに興味を持ったファン（と、しか言えないだろう）たちが十数人も集まり、深夜近くにやっと登壇した伊藤（バカ）くんを見るために5時間近くを過ごしていた、という熱狂の事実を見てもあきらかだろう。

彼の存在は、まさに彼の言う、

「時代とのささくれ感」

を具象化したものであり、この不安定な時代を生きる上でのひとつのモデル・ケースとして、伊藤（バカ）という人間は機能しているようなのである。

注2／『ロフトプラスワン』
トーク専門のライブハウス。先頃、新宿区富久町から歌舞伎町に移転した。ホームページは以下。
http://www.bekkoame.or.jp/~loft/

注3／例の事件
「ニフティのオタクアミーゴス会議室で露骨なまでのエヴァ賛美を彼が行ない、僕からの叱責〜会議室のコンセプトを天から無視した発言を行なったことについて〜を受けると、一切の連絡なしにそこを退会してしまったという事件」（唐沢・注）

特異なのは、そのモデルは決して正しい生き方のモデルではないことなのだけれども。

……つまり、時代の産んだアンチ・ヒーローとしての伊藤（バカ）くんの姿を通じて、非オタクを標榜（ひょうぼう）し「自分は変人ではないのだ」と自分に言い聞かせつつオタク的に生きている、いや生きていかざるを得ないこの世紀末の悲しき疑似インテリ、いわゆる"一般知識人"の姿が浮き彫りとなってくるのである。

僕は、彼をこれまで特殊な例として扱い、その特殊性を笑いものにしてきた。大いに反省したい。彼こそ、現代の若者の典型的な事例なのである。ただし、（バカ）の事例だが。

ガンダムに始まった、彼の違和感

モトはと言えば、伊藤（バカ）くんがその名をオタク史に永久に残すことになったのは、夏エヴァ鑑賞後、彼がオタクアミーゴス会議室にUPした、以下の如き内容の発言によって、であった。

「僕はあの映画を大傑作だと思う。一昨日、二回目にあれ見たときには感情をフルに解放して見た。

あれを（いろいろわけのわからぬ内容だとあげつらう者がいるが）、ロジックで見ようとしたのでは、とまどうばかりであろう。映画から距離をとる、オタク的な見方では何もわからない。

あの映画は、きわめてポジティヴで、いままで僕が忘れていた"ちから"に溢れたものだと思う。なによりも、絶望的な孤独の煉獄（れんごく）の果てに、きっちりと他者と出会うあのラストは、断じてハッピーエンドだと思っている。

あれを笑うのも、おもちゃにするのも、批評をするのも、さまざまな解釈で議論を戦わすのも、まずは、今感じている気持をしみじみと自分のなかで消化してから、でも遅くはないのではないだろうか。

「この映画は、僕たち（あえて複数にするが）にとって本当の意味での『福音』になったのでは？　とすら思っている」

この発言を、圧倒的な『夏エヴァ』の完成度（彼の判断）をバックにした、それまでこの会議室でさんざん、シンジくんと自分をほとんど同一視するかのような発言を繰り返し、あのテレビ版の最終2話を否定しまくっていた彼に対して嘲笑的なレスをつけて彼をいじっていたオタクたちに対する挑戦ととる、これまでしてきた通常の分析結果を、ここではあえて保留とする。また、その語調が『幸福の科学』や『ラエリアン・ムーブメント』などの宗教の信者の筆調（注4）と酷似している、というツッコミも措いたまま、論をすすめたい。

ここで彼が表明しているのは、新世紀というにふさわしい、新たな価値観の幕開けである。その新たな価値観とはすなわち、

「外界との疎外感の肯定」
「共同体への参加義務の否定」

ということである。彼に言わせれば、岡田斗司夫の標榜するオタク的価値観は、アニメや特撮知識を不自然なまでに特権化することで成立しているニヒリストたちの共同体内部でしか通用するものではなく、80年代世代の疎外感を救うものではない、ということになる。

これまでのほぼすべてのロボットSFアニメにおいて、主人公（たいていの場合、巨大ロボットの操縦者）のベクトルは、〝人類のため〟〝地球を守るため〟という大義名分のもとでの個の否定と、命をかけた戦闘に燃えるやみくもなバイタリティにより、常に外へと向いていた。

マジンガーZやコンバトラーVといった初期のロボットアニメであれば、それは単純明解なストーリィゆえに寓話的な色合いしか受け取れない段階にあり、別に彼の心に違和感を持たせるまでには至らなかった。これらの

注4／宗教の信者の筆調
「最近の新興宗教においては、頭から教養を盲信するのではなく、科学的に教義の正当性を確認し、そのうえで入信したという〝手続き〟を信者にとらせるところが多い。
もちろん、その際の確認に使われる科学が疑似科学であるかどうかという検証は一切行なわれないのである」（唐沢・注）

作品が放映されていた時代、彼はフツーの子供として、みんなと一緒に、ロボットアニメを見ることができていたのである。

彼の違和感が形を成したのは『機動戦士ガンダム』によって、である。

この作品はストーリィに、これまでのロボットアニメとはケタ違いのリアル感があり、それだけに、主人公アムロ・レイの、宇宙を舞台にした戦火を通じてのアイデンティティの発見と自立というビルドゥングスなストーリィは、見ていた伊藤（バカ）くんに、ある現実をつきつけた。それは、

「お前も、いつかは世間から逃げることをやめ、雄々しく男らしく、外界の敵たちに立ち向かっていかねばならぬ」

ということである。

彼の中の「カッコよさ」の原理

彼がいまだに、さまざまな場所でトレードマークのように唱えている、

「幻想共同体への無批判な依存の否定（と、嫌悪の表明）」

は、自己の存在意義をその内面でなく、外界（現実社会共同体）における有用性によって定めるという価値観への抵抗であった。

共同体思想には、歴史感覚まで含まれる。彼は司馬遼太郎（しばりょうたろう）（注5）の史談的小説を、"じじいの読むもの"と全否定した。

なぜなら、そこに描かれているのは、歴史の構築に関与していく個人の話であり、これはすでに現在においては成り立たないことであるからだ、と言うのである。現在、歴史と個人の間にはまったく異なった時間が流れており、両者は関係を持つことができない。現在の個人にとって意味があるのは、身の周り5メートルの現実に過ぎないはずであり、歴史そのものに個人が関与できるというのは幻想である、という。

ここまで断定的な「世界」の否定を、人の

注5／司馬遼太郎
小説家。大阪外語学校、学徒出陣を経て新聞社に入り、57年に同人誌「近代説話」を創刊。59年、『梟の城』で直木賞受賞。『竜馬がゆく』『国盗り物語』『坂の上の雲』といった歴史小説や、『街道をゆく』などの紀行、エッセイ、対談その他作品多数。（1923〜1996）

口から直接聞くのは僕にとって初めての経験だった。

彼は名古屋大の地球科学科を出ているのであるが、以前、電話での会話の最中、

「僕は科学というのは理論科学しか認めたくないんです。工学というのはあれはしょせん、技術であって、科学という名に値しません。工学にすすむ者は、学問を何かに役立てようと思う時点で、すでに不純だと思うんです」

と述べたことがあった。理論科学を工学より上に置く、という考えはよくあるものだが、ここまで強く、有用性のゆえに工学は否定さるべき、という意見を示す彼の「社会への関連」への嫌悪の理由を、今にして思えばもう少しつっこんで聞いておけばよかったと思う。

オタクのニヒリズム、アイロニズムを否定する彼は、しかし別のところでは極めて過激なニヒリズムファンであった。ある社会学の教授の講演会に出かけ、講演後の質問で一人の学生から、

「先生のおっしゃることはよくわかったが、その説でいくと将来の人間関係には非常に暗い展望しか描くことができないと思う。これを回避するにはどうしたらいいか」

という質問が出た際に、その教授が、

「回避のことは考えてない。そのころには自分はすでに死んでいるであろうし、死んだ先のことに興味はない」

と、ひどく投げやりな回答をしたことを、

「すごくカッコいい」

と絶賛するのである。僕なら、この教授の生徒にはなりたくないのだが。

彼はマスコミの先端にいる売れっ子社会学者や哲学者の書を好んで読んでいたが、僕がそれをからかって、

「結局、社会学なんて学問はこの複雑な要因が多数にからまっている現実を、ひとつかふたつの耳ざわりのいいキーワードで斬ろうとしているのであり、実用に耐えるものではない」

と言ったとき、奮然として、

「それがカッコいいんじゃないですか！」
と言った。この、「カッコいい」とはちょっと意味が違うが、彼にとって
「カッコいい」
は基本の行動原理で、例えば、
「岡田斗司夫は宮台真司（注6）に比べ（外見が）カッコ悪い。したがって、岡田斗司夫は永久に宮台にはかなわない」
という風な論理（?・）展開をいつもしていた。
「オタクというのは、人生のどこかで、カッコいいもの、人に対し、これは一生かなわない、という敗北感を抱いた経験がある。それだから、カッコいい渋谷系ミュージシャンや若手学者たちを必死で否定しようとしているのである」
という説を繰り返し々々聞かされた、というのは、一時彼と僕のもとで同じ釜の飯を食ったスタッフたちが一様に言う台詞である。
ところで、彼の言うカッコよさとは、極めて限定された〝見栄えの〟カッコよさである。
「生き方のスタイルがカッコいい」
とか、
「そのバイタリティがカッコいい」
という語彙は、彼の頭の中にはない。そういうものはすべて、マッチョな思考で、社会共同体での有用性への無批判な賛同、とされて排除されるのである。当然、彼にとっての「カッコいい」「カッコ悪い」の二元的世界観の中に自分自身は「カッコいい」側に分類されている。「僕はルックスがいいですから」という言葉をしょっちゅう聞かされていたし、「若く見える」ということに非常にこだわっていた。ネット上でも「もう三十でしょ」と揶揄されたとき、フンゼンとして「僕はまだ二十九です！」と応えたのにはモニターの前で爆笑してしまったものだった。

「なにもしなくていい」免罪符を求めて

話を戻すが、ファーストガンダムにおける

注6／宮台真司
社会学者。宮城県生まれ。東京大学大学院博士課程修了、東京都立大学人文学部助教授。テレクラのフィールドワークで話題を呼んだ。主な著書に『権力の予期理論』『サブカルチャー神話解体』『制服少女たちの選択』『終わりなき日常を生きろ』『透明な存在の不透明な悪意』『まぼろしの郊外』などがある。

主人公アムロの、当初の弱気、コンプレックス、いじいじとした無気力さ、などは伊藤（バカ）くんにとって、極めて親近感がもてるものであったらしい。戦争という不条理なものから、とにかく逃げて、自分の臆病さ、戦闘に参加する、という形での〝個人の歴史への関与の肯定〟を拒否してほしい、と望んでいたという。彼に言わせれば、ロボットものアニメというのは、まだチンポの毛も生え揃わない少年に、（ロボットの操縦者という特権が与えられることによって）ある日突然世界を変革しうる力が与えられる、という〝嘘話〟に他ならない、そうだ。僕が、

「それはリアリティという問題でなく、夢とか、願望の具象化ということで、物語のもつ有効性のひとつなのではないか」

と言うと、その有効性そのものが害悪だ、ときびしく指弾した。アメリカの人類学者D・ギルモアはその著書『「男らしさ」の人類学』（春秋社）の中で、「男」というジェンダーは生物学的な先天的決定事項ではなく、社会的通過儀礼によって後から付与される文化的決定事項である、と述べている。伊藤（バカ）くんがマチスモに対して異常なまでの嫌悪を表明するのも、それが「社会共同体」によって本人の意志に関係なく与えられる性質のものゆえ、なのだろうか。

そして、アムロ・レイが、やがて戦争に参加し、悲惨な戦闘を通じて、「世界」における自己の立ち位置を見出していく、というビルドゥングスなストーリィに裏切られた気持ちになった彼は、ファーストガンダムを最後にロボットもの、すべてのアニメから離れ、ロックやノイズといった音楽に自分の心の拠り所を見いだすようになる。世間的には立派な成長だが、彼の音楽の趣味は極めて特殊であり、ことに、ロックグループ『ザ・スミス』における、諦念の肯定に極めて大きな共感を持つようになる。

これに関しての彼の意見は「デラべっぴん」

（英知出版）のエヴァ特集（注7）に寄せたエヴァ＝スミス論に詳しいが、なんのことはない、とにかく、自分が、
「なにもしなくていい」
ことへの免罪符を求めて回っている、という感じがして仕方なかったものだ。
こんな彼が、ある意味で極めて健全な現実主義者の集団であるところの「と学会」（注8）への入会を希望したというのは一見、理解しがたい（僕もそれで彼を誤解していた）のだが、後に、彼の口ぐせである、
「もう僕ら80年代世代には、世界の破滅すら与えられていない」
という警句を思い出したとき、その謎が解けたような気がした。
ＵＦＯ、ノストラダムス信者における、この現実世界に対する不満からの逃避としての破滅思想を、彼はマッチョなものとして憎んでいた。ザ・スミスの歌の重要なコンセプトのひとつが、
「絶望との幸福な共存」
である。カタストロフに世界改変の希望を抱く思想など、彼にとっては建設的すぎて許しがたいものだったのだ。
結局、彼の社会（外界）とのつながりを持つ方法とは、
「何もしない」
「悲嘆すらしない」
ということに尽きるのであり、その理想は一人で膝を抱いて部屋のすみっこにじっとしている対人恐怖症ということになる。
鶴岡法斎氏は、以前、伊藤（バカ）くんに
「（シンジくん以降）アイドルの常識が変わる。今にジャニーズ事務所は、対人恐怖症のアイドルを売り出すよ、絶対に」
と、〝予言〟されてア然としたことがあったという。これを聞いたと学会の藤倉珊（ふじくらさん）氏が、
「それは、ひょっとしてつぶやきシローのことかな」
と言ったのには笑ったが。

注7／エヴァ特集
「デラべっぴん」96年8月号に掲載された「総力特集・ぼくたちのエヴァンゲリオン体験」（監修・岡田斗司夫）を指す。特集中、伊藤氏は「エヴァとTHE SMITHS――スミスが獲得したリアリティをエヴァが獲得できなかった理由」と題した署名記事を執筆している。
記事は要所にザ・スミスの歌詞が引用され、「世界vs私、という二項対立でものを考えたがること、イノセントであることを自明なものとして善とすること、これらの特徴を僕は悪い意味で『オタク的』であると捉えています。（中略）こうした、悪い意味での『オタク的』なキャラクター造形では、この困難な物語には対応しきれなかった、というのが最終的な僕のエヴァに対する評価です。だからぼくは悲しんでいます。『オタク的』なものを乗り越えようとして出来なかったから、です。（後略）」と結ばれている。
ちなみにこのページのコラム（記事とは関連なし）には、唐沢氏も「ええ、私はこの騒ぎ、気に入ってます」との能天気なコメントを寄せている。

まあ、こういうキャラクターならばもう、エヴァにハマることは最初から運命づけられていたようなものだ。電話での僕との会話による、
「僕は80％シンジくんなんです」
との迷告白も、
「エヴァは僕が描くべき作品だったんだ」
という妙な自信も、彼のこれまでの足取りを読んできた方には容易に理解できよう。
当時、受けていた仕事で自宅にアシスタントをよんだときには、自分で選曲したノイズバンドのサンプリング・テープを流し続け、
「うちの仕事場ではエヴァのテーマ曲、これだからね！」
と宣言したらしい。まあ、同じような若者が、たぶんこの日本じゅうに数十万人はいたことと思うが。
ただ、このとき、彼はすでに30才、いや失礼29才だった、という事実が何とも重い。年をとってかかったハシカは致命的になる場合があるのである。

無駄だった「いいかげんに現実を見ろ」

このシンジ8割の伊藤（バカ）くんに対し僕が取ったのは、
「いいかげんに現実を見ろ」
と説教する態度だった。最悪と言えたかも知れない。
前記別冊宝島『サイコさんからの手紙』に、僕はこう書いた。
「別にエヴァにハマることが悪いわけではない。しかし、モノをクリエイトする人間にとって、あるひとつの他人の作品にそこまでハマることは、決して誉められたことではない。所謂（いわゆる）〝つく〟というやつで、どうしても、その作品のイミテーションのような感じのものしか作れなくなってしまうし、ましてそれがエヴァのような超メジャーなものであれば、どんなに自分が心血を注いで描いた作品であっても

注8／「と学会」
トンデモない本を発掘・研究することを目的とした団体。例会、ＳＦ大会、コミケットなどで活動するかたわら、ベストセラーを世に送り出している。藤倉珊氏は初代事務局長で、「トンデモ本」の概念を提示して読書界にパラダイムシフトを起こした。『トンデモ本の世界』『トンデモ本の逆襲』（洋泉社）『と学会白書』『トンデモ世紀末の大暴露』（イーハトーヴ出版）などを参照されたし。

『エヴァのエピゴーネン作品群』
　というククリの中でしか語られなくなってしまう。モノカキにとって、やはり一番の財産はオリジナリティなのだ。僕は彼から電話があるたびにそのことを注意した」

　また、彼に出した手紙の中で、彼のオタクたちを見下した態度に対し、エラそうな説教もタレている。

「まだ、キミは完成品じゃない。ものの考え方とか、見方とか、キミの自然体の言葉がそのまま商品になる段階じゃない。落語家で言えば高座声（こうざごえ）を作る段階というヤツで、お客の目を引くことに一生懸命になる時期だ。意識してひねくれるというか、笑いを取るとか、そういう姿勢が必要な時期じゃないか、まだ、と思うんだ。年齢が年齢だけにキツいとは思うけど、それだけに必死にならないと身につかないぜ。

（中略）

　キミを友人として持てたことを僕はとてもうれしく思っている。教養も人間性も立派なものだよ、キミは。でも、モノカキの後輩、として見ると、すごく不安で、ハラハラしてしまう。こんなんで果たしてモノになるか、と思って。正直な話、すごい幸運（キミに惚（ほ）れぬいてくれる編集とめぐりあうとか）を必要とするんじゃないか、と思えてならない。
　キミにないもの、それはバカをツラリとしてできる能力だ。で、それをやれるのは今のキミがギリギリの年齢だぞ。今から良識ぶっていて、どうする。
〝くっだらねー〟
　ってことやるヤツがクラスの人気者になるんだよ。
　とにかく、今のキミに必要なことは、森羅万象すべてにわたって、
〝オレならどう言うか〟
　を自分自身で開発していくこと、ではないかい？」

……うーん、どこから見ても"有用性"にあふれたモノカキになりたまえ、と勧めている文章だ。こういう無駄弾を僕はずっと、彼に向かって撃ち続けていたのか、と思うと、自分のアホらしさにつくづく嫌気がさす。
　彼の世間に対する嫌悪感が、そのスケールの小さな有用性をチヤホヤする俗物的性質に起因していることに、なんでそのとき、気がつかなかったのだろう、と自分で自分の愚かさがイヤになる。（バカ）は僕の名前につけるべきなのかも知れない。

内面の問題は切り上げて、自分の本領に打ち込め……ないのか？

　また、彼は共同体への不信を常に口にしながら、「80年代世代」「偏差値第一世代」「YMO以降世代」といったククリを多用する人物でもあった。（ガンダムならガンダムのことだけ話すオタクと相いれないのは）YMOを体験した80年代世代の特長です、と訴えたときには、次のようなメールで返事をした。
「僕は根っこが60年代特撮とアニメで、そのあとヤマトに出会ってオタク的な取組みを意識した人間だけど、ヤマトと同時にニューミュージックにも出会っている。さだまさしや井上陽水が日本の音楽シーンに与えた影響を語れと言われれば一時間でも二時間でも、自分の体験に即したことだけで語ることができる。80年代、札幌の喫茶店で僕らはヤマトやスター・ウォーズ、ペリー・ローダンの話をしながら、店に流れる雨やどりを聞いていた。けど、その両者と同時になんクリもあったし、ウッディ・アレンの映画がオシャレだったし、ピンクレディも窓際のトットちゃんもビニ本ブームもタッチもETも積木くずしもあった。なめネコとか、消えてしまったものを入れればもっとだが、少なくとも上記のものをネグった80年代は僕は認めない。

……本音を言えば、僕は世代論が大嫌いだ。そこの殻に閉じこもる連中が。日曜研究家の串間努（注9）さんのえらいところは、懐かしモノ系の連中が、みんな自分の育った時代の、物によるアイデンティティ確認作業しかしていない中、軽くそこをクリアしていることだよな。だから、あの人の書くものの読者には、年代的普遍性がある。君の80年代論なんて、いま10代のヤツには何の価値もないじゃないか。君にのみ有用性があるんであって。30になってアイデンティティ論をぶっているのはお笑いだぜ。20才の若造がそれに悩むのはわかるけど。僕が、君の世代論的書き込みを見るたびに噛みつくのは、

”みっともないからよさんか“

的な親心的システムが働くからによる。そんなアイデンティティ論は他のみんなは10代の末か20代初期にすませているはずで、それをすませていない幾人かがキミに同調のメールを送ってきても、そんな連中はハッキリ言ってヨノナカのタメにならないクズだと思っている。君はクズじゃない筈だ、と思うから、”内面の問題は早く切り上げて、自分の本領である創作活動に打ち込めよぉ“

と気が気でないのだ。

僕はアニメにはまるとすぐ、時代を遡ってディズニー初期作品、それからフライシャー兄弟を見、さらに当時の映画にハマった。フライシャーとマルクスの両兄弟は、いまだに僕の”人格“を形成している、といって過言でない。年齢から言えば30年くらい、時代が違うが。

やろうと思えば、時代の超越くらい、いくらでもできるのだよ。

僕が君の発言（ネット上でも実際にでも）に物足りなさを感じるのは結局時代にとらわれているからであり、古い映画を”教養“として見ているからなんだな。黒沢の初期作品の、今見てもキラキラしている新しさを、熱をもって語る楽しさは君と共有できないよう

注9／串間努
日曜研究家。学童文化を研究し、商品文化の年表を編纂する。千葉市立稲毛高校在学時、ビックリハウス誌「エンピツ賞」受賞作家となる。昭和B級文化の記録を残すためミニコミ誌を発行、著者・発行者・営業マンが「三位一体」となった日曜研究社を営業中。著書に『まぼろし小学校』『まぼろし万国博覧会』（小学館）『ザ・おかし』『ザ・ジュース大図鑑』（共著／扶桑社）『子供の大科学』（小社刊）などがある。（1963～　）
「彼は串間氏の主宰する昭和B級文化研究団体「日曜研究家」に所属し、そこで今のカノジョとも出会っている」（唐沢・注）

な、そんな気がする。
　このスタンス（世代とか年代なんて、個人の努力でいくらでも超越できる）はなをき（注10）も同じく持っている。だから唐沢商会は年齢不詳だ、と言われるんだよね。それがまた、誇りでもある。僕らの下でスタッフやってましくれよ。思春期なんて、どうでもいいじゃん。君がナルシストなのはわかるけど、ナルシスの自分にみとれている姿は他者から見ればコッケイ以外の何者でもないぞ」

　……そしてまた、永瀬唯氏の対談集『ザ・デイ・アフター・エヴァ』で、僕と永瀬氏はこのように語りあっている。

唐沢「最後ミサトさんでしたっけ、〝命をかけた最後のキス〟ですね。〝エヴァに乗って戦って〟と、年上の女性が自分の命と引き換えに言う。ところが、あれを目にした上でなお戦わないというのは……（笑）。これだけの、思春期の男の子にとって、この世で一番大きな行動のモティベーションを与えられたにも関わらずね、まだ次のシーンでいじいじと……（笑）」
永瀬「そうそう。結局、葛城（かつらぎ）ミサトは完全な無駄死になんですよ」

　伊藤（バカ）くんは、この〝それでも他人のためには動かない〟シンジくんに、たぶん、すさまじい親近感を抱いたのだと思う。

「オタク的シニカルなものの見方」への怨念

　ちょっと強引な付会だが、この僕の感想を裏付けるような事件のエピソードがある。
　彼が参加していたある会の会合で、会員二人が感情の行き違いから、会場の喫茶店を出た直後に、殴り合い寸前のケンカを始めたことがあった。そのときその場にいた七、八人の会員のうち、伊藤（バカ）くんを含む数人は、

注10／なをき
　漫画家・唐沢なをき。筆者の実弟。『怪奇版画男』（小学館）『唐沢なをきの楽園座（パラダイスシアター）』（講談社）『学園天国』（集英社）『ヌルゲリラ』（アスキー）『からまん』（扶桑社）など、作品多数。
　兄弟のユニットが唐沢商会で、『原子水母』、『怪体新書』（小社刊）など、作品多数。（1961～　）

ただ少し離れた場所に立って、その様子をじっと見ていた。そのケンカをしている二人のうち、いいがかりをつけられている方のＫさんというのは、一時、毎晩のように伊藤（バカ）くんから、
「Ｋさんという人がいかに優れたいい人か」
という内容の電話が僕にかかってきたほどの人だったというのに、である。
結局、その場は、その会の会長ともう一人の会員が二人の間に割って入ってことなきを得た。
しかし、そのとき、激昂した会長は、伊藤（バカ）くんたちに向かって、
「なんだ、お前らは仲間がこういう状態になっているというのに、ただ黙って見ているだけなのかよ！　……これだから大学出はダメだと言うんだ！」
と、怒鳴りつけた。その場では黙って引き下がった伊藤（バカ）くんだったが、後でこのような言い訳をしたという。
「……それは、Ｋさんが僕の幼な馴染み、というなら間に入ったかもしれませんが」
通常の常識で考えれば不人情の極みのような発言であるが、このとき、彼の脳裏には、地球の危機を目の前にして、またそれを救い得るかもしれない力を持っていて、なお、自分の内面のことにのみこだわって戦うことに自分を完全投入できないシンジくんの姿をダブらせていたのではないだろうか。そんな気がするのである。
こんな「非有用性」を美学としていた彼は、当然と言っていいかどうか、有用性指向の人間であるところの僕の元を離れ、やがて自分の彼女が編集スタッフに加わっている雑誌、『クイック・ジャパン』に、東大の大学院生である東浩紀氏（彼に言わせれば「日本で一番頭のいい人」だそうである。東氏個人ではなく、〝東大大学院生〟が、である）へのインタビューの形をとった『オタクを遠く離れて』という記事を書く。そこには、ものごとに対

し常にシニカルで客観的な見方しかできないと、彼が断ずるオタク族への、徹底した嫌悪が表明されていた。

　しかし、オタクが常にシニカルなものの見方をするのは、ある程度客観的な立場でその作品と自分との位置を保ち、盲目的な惚れ込みで曇らされない目で、的確な判断を下すためであろう。そのことは岡田斗司夫により、何度も書かれまた語られている。

　その目的自体を批評せずに、そのための途中行為に過ぎぬ態度だけを批判するというのは、僕には極めて近視眼的、でなければためにする批判にしか思えない。

　ここはやはり、伊藤（バカ）くんの頭の中には、そういう有用性を持つ態度自体に対する怨念に近い嫌悪感があり、その嫌悪感のなせるわざの発言だったのではないかと思っている。

　彼が自分のことを80年代世代の典型をもって任じていることは先に述べた。それを論破したこともまた述べたが、しかし確かに、この伊藤（バカ）くんを極端にディフォルメされたキャラクターとして、このような考え方をする人物というのは、実は程度の差こそあれ、今の30代前半、もう若くもないし、かといって社会の中心にもまだいないという、中途半端な立場の年代に多いのではないだろうか。

　昔、大江健三郎（注11）や柴田翔（注12）などといった作家は、思春期に戦争中と戦後で人の考え方がガラリと180度変わり、何を信じていいかがわからなくなった不信の世代と言われたことがある。伊藤（バカ）くんの世代は、ガンダムの以前と以後で、社会におけるオタクの位置づけがガラリと変化し、そのどちらも信用できなくなってしまった、不信の時代の申し子と言えるのではあるまいか。

その後の伊藤（バカ）くん……

　……さて、その後であるが、僕のもとには当然ながら、断片的な伊藤（バカ）情報しか入

注11／大江健三郎
小説家。愛媛県生まれ、東大仏文科卒。58年『飼育』で芥川賞受賞。『死者の奢り』『芽むしり仔撃ち』『われらの時代』『個人的な体験』『万延元年のフットボール』など、作品多数。ちょっと前、ノーベル文学賞受賞。（1935～　）

注12／柴田　翔
小説家・ドイツ文学者。東京生まれ、東大卒。63年、同人誌に発表した『されどわれらが日々―』で芥川賞受賞。（1935～　）

ってこなくなった。
聞くところでは、ナルコレプシー（嗜眠病）であることが発見されたという。新たにかかったのではなく、実は少年時代からずっとこの病気だった（医者や周りが無知で気がつかなかった）のであり、無気力であることは仕方のないことだったのだ、と、彼はえらく自慢げにあちこちに言いふらして回っているということだ。
僕は彼と夜中まで酒の席をつきあったことが何度もあるが、彼がナルコレプシー特有の発作的睡眠を起こしたところなど一回も見たことがない。第一、ナルコレプシーは精神の病気ではなく、器質的な病であり、かなり早い時期に、白血球のＨＬＡタイプに特有のパターンがあることが見つけられている。彼がナルコレプシーであると診断した病院で、血液検査をしたという話は聞いていない。
「単なるなまけ病なんじゃないの」
とは、うちの弟の言である。いや、そもそも真性のナルコレプシー患者であった、故・阿佐田哲也（注13）氏が、一生のうちに編集者として、評論家として、作家としてどれだけの量の仕事をこなしたかということを考えれば、彼のナルコレプシーが、無気力に言い訳をつけるためであることはいうまでもない。
伊藤（バカ）くんの病、それは新世紀に至り、われわれの前に、いまさらのように、
「今、われわれは何をなさねばならないか」
という問いがつきつけられているときに、
「僕は何もしたくない。僕は新しい世紀、新しい世界など、望んでいなかったんだ。そこで何かをなして人に褒められなければならないという重荷を、これ以上、背負っていくのはイヤなんだ」
という願望のもと、必死で耳をふさいでいる、中途半端な世代の叫びによって生み出されているものなのではあるまいか。

注13／阿佐田哲也
小説家。東京生まれ。本名・色川武大。賭博者・雑誌編集者から、61年『黒い布』で中央公論新人賞受賞、小説家に転身するかと思えばそうではなく賭博を続け、賭博に興ずる人たちを扱った『麻雀放浪記』で一世を風靡。77年、本名で発表した『怪しい来客簿』で直木賞受賞。グルメ、映画、賭博などさまざまな評論も残す。少年時代、夜も寝ないで大相撲や野球のシミュレーションをしていたというから、おたくの先駆けかも。（1929〜1989）

伊藤(バカ)クンは
かわいそーなんだよねー
マンガの持ち込みで
ネーム14回直しのあげく
やっとペン入れしたのに
没 だって
コリャあエヴァに
ハマりたくなるよ…

○○教の信者になるよりマシか

でもシンジクンと彼の
違うトコロは
彼は自分がエライと
実際に言っちゃうのね
ギャグじゃなくて

ボク ルックス いいのに どーして彼女 できないんでしょうねえ

大学出なのに…
セックスも自信あるのに…

だから一… 言うからだってば

30cmの距離で言われた

その後 彼はアヤナミのよーな彼女にめぐりあえたようです おめでとう パチパチ

う… 悪いとは思わなかったけど 本人に言われると 悪く思えてくるぞ～ もともと私、ルックスいいコって趣味じゃないしィ

【この講義の読み方】学長・岡田斗司夫

70年代後半、まだ黎明期だったオタク業界にロリコン旋風が吹き荒れた。何でそんなナサケないもんが吹き荒れにゃならんのじゃ、と書いてる自分でも哀しくなるが、まぁ歴史的事実だからしょうがない。当時、密かにインテリを自負していたオタクはロリコンを自称し、写真集を買ったり、幼稚園児の写真を撮ったりした。それが何かカッコいいことであるかのように思いこみ、「ファッションとしてのロリコン」に邁進したのだ。▼だから僕は、新興著しい女性オタクの世界での「少年ブーム」に、同じような疑念を抱いていた。▼「ショタとか言ってるけど、それって70年代後半のロリコンと同じじゃないの？」▼そこで渡辺氏に「ショタの現状と総括を書いて下さい」と気軽に発注してしまった。結果としてできた講義は、僕がこの書籍中で唯一、「なにがなんだかわかりませ～ん」という濃い内容になってしまった。▼確かにこの分野は今、一番熱いことだけはよくわかった。学長自身が落第生なのだから。

【講師略歴】渡辺由美子 わたなべ　ゆみこ

昭和42年生まれ、愛知県出身。小さい頃から強烈に欲したドラえもんの道具は「もしもボックス」。ひと声で社会の価値観を変えられるところにひかれた。ジャンルを問わず、マイノリティ（と、思われている人々）の声をすくい上げるのがライターとしてのひとつの目標。著書に、声優志望の若者と業界を追った『声優になりたいあなたへ』（徳間書店）等4冊。趣味はオタク（趣味そのものよりもオタクな人）のウオッチングと分析。現在興味があるのは「女性のオタクとそのマーケット」。

http://www2s.biglobe.ne.jp/~yumiba/

本年度集中講義【講師】…渡辺由美子（フリーライター）

【おたくのセクシュアリティ1】

「ショタの研究」

ここ数年、「ショタ」が大ブームである。世間ではジャニーズ系が大ハヤリ、同人誌界ではファミリー向けアニメに同人女たちが熱狂し、あられもない「やおい」同人誌を描きまくる。そして新たに「オレはショタコン！」と堂々とショタ漫画を描く男性まで少なからず現われた。一大ジャンルを築き、なお増殖しつつある「ショタ」の魅力とはなんだろうか。
ショタの歴史をひもときながら、男女両方の視点で見てみたい。

【1】ショタの歴史と定義

ショタコン＝「ファンロード」語源説

今は、どこへ行っても可愛い男の子ブームだ。ＯＬさんから30代のおねーさんまで10歳も20歳も年下の「ジャニーズＪｒ.」「ＫｉｎＫｉ Ｋｉｄｓ」などのジャニーズ系の追っかけに燃えている。
「滝沢クン……♥」（注１）そう目をウルウルさせる30女を今まで何人見てきただろう。この前の「ＳＰＡ！」（98年４／15号）には「女のロリコン化現象」というタイトルで、ホンモノのしょーねんとお付き合いしている女性の話まで載っていた。おいおいそれは犯罪じゃないのか、というお約束のツッコミをしつつ、「んん〜ちょっと素敵♥」とつぶやいてしまう私である。
ところで今回取り上げるのは、現実にいる３Ｄ少年ではなく、２Ｄ少年（ショタ同人誌界では「二次専」と言うらしい）。
もともと「ショタコン」というのはアニメや漫画に登場する少年が好きな人のことだ。「ショタ」の語源は、81年ごろ投稿雑誌「ファンロード」で「ショタコン」としたのが最初だという（注２）。
その前にも、少女漫画の分野で言われてい

注１／滝沢クン
ジャニーズＪｒ．の滝沢秀明クン。彼ももうすっかり大きなお兄ちゃんになってしまった。こんな風に、成長を素直に喜べないのが「ショタコン」である。二次元はやはりいい。

注２／「ショタ」の語源
諸説あった「ショタコン」語源だが、真相を「アニメック」の小牧編集長にうかがった。
「ショタコン」命名者は「ファンロード」の編集長だった〈イニシャルビスケットのＫ〉氏。80年代初頭、ロリコンブームに対応する言葉が必要になり、小牧編集長の発言「半ズボンの少年なんて、金田正太郎しからんぞ」からヒントを得て、「ショウタロー・コンプレックス」に決まったという。また、このとき両編集長が思い浮かべたのは、当時放映されていたリメイク版アニメ「鉄人28号」ではなく、漫画原作や実写版映像だったということだ。長年謎だったことにケリがつき、筆者も感慨ひとしおである。

た「少年愛」、そしてアニメファンから発生したといわれる「リボコン（リトルボーイコンプレックス）」などいくつかの言葉があったが、結局、同人誌界では音の響きが良く、「少年」という言葉の生々しさを持たない「ショタコン」が定着していった。ちなみに「ショタコン」と「少年愛」は現在まったく違うニュアンスでとらえられている。簡単に言えば、「少年愛」が耽美系の絵で〈エロス〉を想起させるものであるのに対し、「ショタ」はアニメタッチの軽い絵柄で、Hも健全（注3）も含めてとにかく〈可愛い〉という感じだろうか。

【「ショタコン」＝二次元の少年が好きな人】の言葉が定着した後、年月を経て、同人作家たちは「ショタコン」から転じて、その人が描く可愛い少年そのものや、少年同士の恋愛漫画や小説を「ショタ」と呼び始めた。以来、あらゆるアニメや漫画の少年たちは、同人作家たちによって消費されていくのである。

ショタ潜伏期――「やおい」の出現

そもそも同人誌界で男同士の恋愛を描いた作品は、いつごろ出てきたのだろう。

70年代、日本サンライズ（注4）制作のロボットアニメがアニメファン第一世代に人気が出ると、「超電磁ロボ　コン・バトラーV」のガルーダ、「超電磁マシーン　ボルテスV」のプリンス・ハイネルなどの青年キャラを支持する女性ファンによって、「美形キャラブーム」が起こっている。

その後、女性同人作家が美形同士の関係に目覚め、その関係のみをクローズアップして一斉に描き始めたのは「機動戦士ガンダム」の美形キャラ、シャア×ガルマ（注5）が最初だろう。己の宿命のために、自分を信じきっている幼なじみのガルマを裏切るシャア、というシチュエーションが女性ファンの間で大いに話題になった。しかし、当時の同人作家の活動母体は、男女ともに入会しているアニ

注3／健全
Hのないほのぼの漫画（小説）のこと。ショタ＝性描写と考えるのは大きな誤りである。

注4／日本サンライズ
「機動戦士ガンダム」など数々のロボットアニメを世に送り出したアニメ制作会社。当時、10代のアニメファンという存在を最も意識していた会社だったと思われる。のちにサンライズと改名、今もなお、アニメ界の第一線を走り続けている。

注5／シャア×ガルマ
こんな風に「×（かける）」が入った場合、やおい用語ではキャラクターの「攻め（襲う方）×受け（襲われる方）」を意味する。「×」は発音しない。「蔵馬×飛影」なら「くらまひえい」と呼ぶ。なお、この言い方は比較的最近なので、本来なら「シャア×ガルマ」という言い方はほとんど存在しない。

メFCサークルや漫画研究会だったため、サークルの男性や同性愛を嫌う女性からは異端視され、まだまだ陰の存在だったと言える。

81年には最初の男×男の大ブームを起こした「六神合体ゴッドマーズ」(注6)によって、その手の同人誌は大きく増加し、同人誌界におけるジャンルの確立をみた。

女性たちが少々後ろめたさを持ちながら描く「ホモ漫画」から、堂々と男同士が好き！と言えるようになったのは81年である。この年、「少年ジャンプ」で連載が始まった「キャプテン翼」(アニメは83年)から「やおい」ブームが爆発したのだ。今ではかなり有名になったが、「ヤマなし・オチなし・イミなし」が語源の「やおい」という言葉はこの時に生まれた。

サッカーを通じた小学生の少年たちの友情物語は乙女心をワシづかみし、主人公の大空(おおぞら)翼(つばさ)と親友の岬太郎(みさきたろう)以下、チームごとにさまざまなカップリングが描かれた。ことに女性たちが熱くなったのが東邦学園の日向小次郎(ひゅうがこじろう)と若島津健(わかしまづけん)。翼を倒すために熱血一直線の小次郎と、それを支える女房役の若島津の熱い友情といった役割分担(もちろんサッカーにおける、ではない)がきっちりとなされており、一家をささえるために新聞配達のバイトをする貧乏少年の小次郎と、空手道場跡取りのボンボン息子・若島津、などの少年たちの背景にある細かな設定もまた魅力的だった。

それまで主流だった美形青年キャラは、描き手よりも年上かまたは同年代だったが、「C翼(キャプつばと読む)」では、描き手の大半が登場人物よりも年上の女性という現象が起こった。もちろん小学生編から中学生編になった後も同じである。

ブームの勢いはすさまじく、「C翼」全盛期の84年～86年の間に、コミックマーケット参

注6／「六神合体ゴッドマーズ」
離れ離れになった兄弟が敵同士として再会する、というストーリー。囚われて洗脳される美形青年・マーグと、弟・マーズの「兄さん！」という叫びに、乙女たちの胸(ホモゲージ)はきゅうんと高鳴ったものだ。ちなみにマーグが洗脳されるシーンは全裸だったため、映画化の際には、全国各地で映画館が問題のシーンをカットするという事件が起こった。現在の〈ホンバンあり〉やおいアニメが作られる状況からみると、隔世の感がある。

加者は飛躍的に増加し、男女比は逆転、80年代前半をにぎわせていた男性による「ロリコン」ブームから、女性の「やおい」ブームに、またそれまで大きな勢力だった「オリジナル創作」「アニメ・漫画FC」系のサークルが減り、「アニパロ（アニメパロディ）」系中心にと、同人誌界自体も大きくシフトしたのだった。

魔神英雄伝ワタル――ショタ心の発動

けれども「C翼」のブームは「ショタ」と意識されることはなく（注7）、アニパロやおいとしてのみ位置づけられた。その後、同人誌のやおいアニパロは、ショタ的なものに限らずキャラクターの年齢層を広げながら、「女性による男性キャラブーム」という大きな潮流になっていく。

「少年ジャンプ」全盛のこの時代、やおいは少年漫画とそのアニメ化にネタを求めた。86年には「C翼」と双璧をなす「聖闘士星矢」がアニメ化され、やおいブームは頂点を迎えた。

その後もやおいの流行は続いたが、大きな潮流を作る作品は出現せず、いくつかの作品に分散していく。それはやおいブームが去ったのではなく、ジャンルとして定着したことの現われでもある。

80年代後半にも何人かの人気ショタキャラがいた。少年サッカーもの「がんばれ！キッカーズ」や料理対決もの「ミスター味っ子」等々だが、どれも「これはショタキャラだ」という認識や、「ショタだから萌える」という評価には至らなかった。たまたま好きになったキャラクターが小学生、中学生だったという意識が大半を占めていたように思われる。

そして88年、現在の「ショタ」を語る上で重要なムーブメントが訪れた。

その口火を切ったのが、オリジナルアニメ作品「魔神英雄伝ワタル」である。丸っこく頭身の低いキャラクターデザインは、当時、10代向けの作品が増えて、頭身が高いキャラ

注7／「ショタ」と意識されることはなく
ショタという認識はされなかったが、同じ「キャプテン翼」の中学生キャラを扱っていても、アゴが尖った大学生のような顔の耽美系と、幼児に近いショタ系に分かれる傾向はあった。このころから「やおい」同人誌のキャラは、原作やアニメの絵から離れ、「原作によく似てるのがうまい同人作家」という概念を大きくくつがえした。これはオリジナル創作系の作家が大量に〈転んだ〉ためと、原作のマンガ家・高橋陽一氏の絵柄が、それまでの「美形キャラ」とは違い、やおいのストーリーとは合わなかったためと考えられる。
同人作家が独自の作家性を追求した結果、「やおい」は「ヤマなし……（以下略）」という元の意味から離れることができた。

が多くなったという時代背景もあり、逆にアニメファンの目には新鮮に映った。「ワタル」は子供向けのロボットギャグアニメとして始まり、元気で能天気な男の子・ワタルのキャラクターもそこそこ人気だった。だが、シリーズ中盤で登場した虎王（とらおう）という敵方の少年との関係によって、ファンの心中は一変した。

ワタルと虎王は、お互いの素性を知らないままライバル視している、じゃれあうトモダチといった間柄だったのだが、シリーズ後半、二人は戦わねばならない宿命にあったことが判明する。宿命に翻弄されつつも友情のために戦えないワタル。そしてラスト、虎王は死んでしまう。「虎王！」駆け寄って虎王を抱くワタル！　少年たちの熱い友情に、もとから少年キャラが好きだった「ショタコン」たちは一斉にハマってしまった。内なるショタ心が目覚めた、とでも言おうか。ショタファンたちは「ワタル」以降、半ズボンの可愛い少年キャラ、という存在を常に意識し始める。この作品がターニングポイントとなり、「ショタ」というジャンルは、急速に「やおい」系から分化し、独自のジャンルとして発展していくのである。

「ワタル」の後継者として、ショタの一時代を築いたのがサンライズの子供向けロボットアニメ作品だ。89年「魔動王グランゾード」、90年「魔神英雄伝ワタル2」、そして90年から始まった勇者シリーズ（注8）、91年から始まったエルドランシリーズの「絶対無敵ライジンオー」が、のきなみショタファンの間で大ヒット。その後もショタ人気は、92年の「超電動ロボ　鉄人28号FX」や「スーパービックリマン」、93年の「忍たま乱太郎」といった幾つかの良作に恵まれながら続いていく。

「フツーの男の子」なとこが魅力のワタル「超魔神英雄伝ワタル」（©サンライズ）

注8／勇者シリーズ
サンライズによって90年より8年間制作されたロボットアニメシリーズ。自社のロボットものがハイティーン向けになり過ぎたため、子供の視聴者を意識して、少年を主人公にして作られた。ショタ的ヒットとして、「勇者警察　ジェイデッカー」「勇者王　ガオガイガー」などがある。91年にはもう一つの子供向けロボット路線エルドランシリーズが立ち上げられ、全3作が制作されている。

ショタ3大作と男性ショタファンのアウトブレイク

そして94年、ショタ界を異変が襲った。それまでショタファンの中心はあくまでも女性だったが、男性のショタファンが一気に増加したのだ。それは「赤ずきんチャチャ」「勇者警察ジェイデッカー」「ヤマトタケル」の3作品がもたらしたものだった。

その理由について述べる前に、まず先に「赤ずきんチャチャ」という〈少女アニメ〉（＝いわゆる少女漫画と同義だと思ってもらえればよい）的な作品が、ショタ以外の男性にも抵抗なく見られ、ヒットした経緯について語っておきたい。

男性が少女アニメを見ることに抵抗がなくなり、むしろ歓迎し始めたのはおそらく92年のこと。「美少女戦士　セーラームーン」「ママは小学4年生」「姫ちゃんのリボン」がそろって男性の間で話題になったのだ。それまでは少女アニメというと、魔法少女シリーズ（注9）のようにロリ系美少女ファンがついたものだが、これらの作品に関しては、まずソレ（笑）を期待したファンが、はからずも物語や少女たちのけなげな姿に純粋に感動（注10）してしまったのである。

「チャチャ」「ジェイデッカー」「ヤマトタケル」の3作品で登場した、しいねちゃん、勇太くん、ロカというキャラは、ショタファン、特に男性ショタの間で大ブレイクした。

「チャチャ」のしいねちゃんは、魔法の修行をする男の子だ。両親のもとを離れて魔法使いのどろしーちゃんに育てられたが、ソコツなどろしーちゃんを助けるべく、何でもできて人に優しいいい子として成長した。そんな彼も時おり、人が変わったようにイジワルになることがある。それは愛するチャチャを取り合っているリーヤに対してと、いい子という自分のパブリックイメージを汚される時である。そうした二面性プラス、本当は甘えっ子

注9／魔法少女シリーズ
80年代にスタジオぴえろが制作した「魔法の天使　クリィミーマミ」「魔法のスター　マジカルエミ」「魔法のアイドル　パステルユーミ」などの一連のシリーズ。少女たちに夢を与えもしたが、おっきなお兄さん（笑）のロリ心も刺激した。実際に製作にあたっていた若いスタッフの間には、そういった意図もあったのだろう。このシリーズは15年ぶりに「魔法のステージ　ファンシーララ」として復活しているが、こちらはヒロイン役の大森玲子ちゃんの声以外（！）、そうした意図は読み取れない。

注10／純粋に感動
男性による少女アニメへの支持は現在も続いている。「愛と勇気のピックガール　とんでぶーりん♥」「魔法騎士　レイアース」「ナースエンジェル　りりかSOS」「こどものおもちゃ」などが上げられるだろう。

で寂しがり屋、というところが大きな魅力になっている。
「ジェイデッカー」の勇太くんは小学4年生。石田敦子（注11）のおめめキラキラ、髪の毛くるりんのキャラクターデザインがかなりイカシている。ロボットものの主人公には不似合いなほどの甘えっ子で、警視総監や、デッカードを始めとする人工知能を持ったロボットたちに愛され、見守られ、かわいがられている。時には勇太くんが女の子のかっこうをさせられたり、勇太くんをとりあってロボットたちがケンカをしたりと、スタッフの意図的な演出もホホエましい。
「ヤマトタケル」のロカは、主人公のタケルが大好きな気弱な少年。ロカ人気を決定づけたエピソードは第3話。タケルが村を出なければならなくなった時、ロカは「ぼくもついていく」と食い下がる。なおもロカを遠ざけるタケルに、ロカは「ぼく、タケルが好きだから！」と言い放つのだ。アニメ史上、始まって以来の男の子同士の告白シーン！　ファンの反応にスタッフも刺激されたのか、その後もロカを女の子のように描くシーン（注12）が続出した。

この3人に共通するのは、「男の子だけどかわいい」「女の子みたいだけどやっぱり男の子」という、ショタ少年だけが持つ不思議な魅力である。そしてこの3人が、熱血タイプではなく、女の子のような〈けなげさ〉〈可愛さ（可憐さ）〉を持っていることも見逃せない特徴のひとつだ。男性ショタの気持ちをひきつけたのはその点だったのかもしれない。

同人誌の即売会は、男女入り交じったこの3作品のファンで沸き返った。そうした追い風の中、男性ショタファンによって立ち上げられたのが「ショタケット」（注13）である。ショタケットは文字どおりショタのみの即売会で、主催者、参加者も含めて男性が中心となり、開催第1回から順調に規模を広げている。
また、このころから商業誌として、同人誌の

顔、声、しぐさのすべてが甘えっ子の勇太くん「勇者警察ジェイデッカー」（©サンライズ）

注11／石田敦子
少女漫画タッチの流れるような線と少年漫画のダイナミックさを兼ねそなえている人気アニメーター。「魔法騎士レイアース」のキャラクターデザインなどで知られている。

注12／ロカを女の子のように描くシーン
いろいろあるが、海辺で「わーい、タケルぅ〜♥」と言いながらタケルに水をかけとところは有名である。「ヤマトタケル」は総監督・シリーズ構成が「魔神英雄伝ワタル」の井内秀治氏だったため、ショタファンは最初から注目して観ていたのだ。

アニパロ・アンソロジーのみではなく、「テディボーイ」「ロミオ」「厨子王」「X—Kids」等、オリジナル専門誌が定期発行されるようになった。

ショタの勢いは、95年の「ロミオの青い空」「新世紀エヴァンゲリオン」、96年「爆走兄弟レッツ&ゴー!!」「名探偵コナン」、97年「勇者王ガオガイガー」、98年「爆走兄弟レッツ&ゴーMAX」等のヒット作品を得て、今もなお広がっている。

ショタの定義、分類、注意（笑）

ひととおりショタの歴史に触れてもらったところで、ショタの定義と傾向について簡単に見ていきたい。

【ショタの定義】

ショタ、と一言で言っても、元気な少年が好きな人もいれば、おとなしい少年が好きな人もいる。ショタは5才までと言い切る人もいれば、10代ならショタだ、という人もいる。たぶんショタの定義はショタファンの数だけあるのだろう。あえて言うなら、

・顔のラインは丸くてもシャープでも良いが、面長の大人顔ではないこと

・自分が憧れる〈可愛らしい〉部分を持っていること

ぐらいだろうか。

【ショタの分類】

「ショタ」のタイプ分けも、実はファンの中で大変に意見の分かれるところだ。次ページを見てほしい。その意見が分かれるところを、あえて〈傾向〉として「ショタゲージ」なるものを作成してみた。「ショタ」ファンの方でご自身の定義と違っている点があっても、どうかご容赦いただきたい。

まずキャラクターの性格を「独立心旺盛か、甘えっ子か」という条件で分けると、男らしいキャラと女の子っぽいキャラに分かれる。

さらに「行動派か頭脳派か」で分けると、

海辺ではしゃぐロカ（「ヤマトタケル」©東宝映画／小学館・TBS・日本アニメーション）

注13／「ショタケット」 第1回がサークル数80、参加者700名、98年現在はサークル数120、参加者1100名と年々増え続けている。

独立心・一直線
男っぽい

クール系

熱血系

カヲル
「新世紀エヴァンゲリオン」

タケル
「ヤマトタケル」

アルフレド
「ロミオの青い空」

由太郎
「るろうに剣心」

弥彦
「るろうに剣心」

リュウ
「勇者指令ダグオン」

風間武蔵
「グランダー武蔵RV」

豪
「爆走兄弟レッツ&ゴー!!」

耽美ライン

飛鳥
「絶対無敵ライジンオー」

虎王
「魔神英雄伝ワタル」

えん魔くん
「ドロロンえん魔くん」

ゴロー
「YAT!安心宇宙旅行」

コナン
「名探偵コナン」

トロワ
「新機動戦記ガンダムW」

フェニックス
「スーパービックリマン」

ティキ
「スーパービックリマン」

仁
「絶対無敵ライジンオー」

世話女房

オレについてこい

ガク
「勇者指令ダグオン」

ラビ
「魔動王グランゾード」

田神悠宇
「巨神ゴーグ」

エン
「勇者指令ダグオン」

クラウド
「夢のクレヨン王国」

マオ
「中華一番!」

ワタル
「魔神英雄伝ワタル」

カトル
「新機動戦記ガンダムW」

サトシ
「ポケットモンスター」

頭が良い&繊細

ワンパク&おバカ

烈
「爆走兄弟レッツ&ゴー!!」

味吉陽一
「ミスター味っ子」

元気ライン

きり丸
「忍たま乱太郎」

レイド
「魔方陣グルグル」

吼児
「絶対無敵ライジンオー」

リーヤ
「赤ずきんチャチャ」

ポピィくん
「赤ずきんチャチャ」

ロミオ
「ロミオの青い空」

けなげライン

薫幹
「少女革命ウテナ」

トリトン
「海のトリトン」

マルコ
「母をたずねて三千里」

しいねちゃん
「赤ずきんチャチャ」

ニルス
「ニルスの不思議な旅」

レニ
「サクラ大戦2」

ジャン
「ふしぎの海のナディア」

乱太郎
「忍たま乱太郎」

サスケ
「サスケ」

甘え下手

甘え上手

クルト
「ピグマリオ」

ヒイロ
「新機動戦記ガンダムW」

レミ
「家なき子」

清楚ライン

ピート
「悠久幻想曲」

ネロ
「フランダースの犬」

ビッケ
「小さなバイキングビッケ」

シンジ
「新世紀エヴァンゲリオン」

護
「勇者王ガオガイガー」

ロカ
「ヤマトタケル」

クリス
「悠久幻想曲」

勇太
「勇者警察ジェイデッカー」

エミリオ
「サイキック・フォース」

スカート系

悩みがち・甘えっ子
女の子っぽい

半ズボン系

性格の傾向が以下の4タイプに分かれる（ちなみに外側に行けばいくほど、ゲージの条件が強く出ている）。

☆熱血系……ロボットものの主人公に多いタイプで、友情に熱く、曲がったことが大嫌い。独立心が強いためリーダーシップにあふれているが、本来は頭が回らずムチャが多いため、半ズボン系に近くなるほど「受け」になりやすくなる。

☆クール系……頭が良く、必要以上に物事が見えて、そのうえ、我が道しか行けないので、どこへいっても孤独になりやすい。しかし仲間を思う気持ちは強く、見えないところでフォローするため世話女房タイプになりやすい。基本は「攻め」だが、こういうキャラこそ「受け」にしがいがある！　と考える向きも多い。

☆半ズボン系……勇太クンに代表される、やんちゃな甘えん坊。子犬みたいにシッポをふりふり駆け寄ってくるタイプが多い。逆に、「新機動戦記　ガンダムW（ウイング）」のヒイロのように、寡黙ゆえになぜか周りが面倒を見たくなる、というタイプもいる。「受け」が基本。

☆スカート系……頭が良く物事が見えるまではクール系と同じだが、周りに合わせなければと思うあまり、本来の甘えたがりな性格を隠してしまうけなげなタイプ。「スカート系」とはミもフタもないが、ためしに外側に位置するシンジやロカにスカートをはかせてみてほしい。スカート系はいわゆる「総受け」（注14）キャラになりやすいので注意（笑）。

【記号萌え】

これはショタだけではないと思うが、「記号萌え」といって、その記号が入っていると無条件に触手を動かされてしまう、という現象がある。ショタの記号として、やわらかそうな髪、半ズボン、タンクトップ、体操服などがよく知られているが、最近では「ロリ系漫画」の視点や用語がショタに流れこみ、記号をますます増加させている。

☆けもショタ……獣入ったショタ。今までは

（ショタゲージ作成協力：サークル白ウサギ）

注14／「総受け」
その少年が、どの相手に対しても全部「受け」という意味である。ヤられっぱなしなのである。

「けも」入ってます（たかむらまこと『FUNNY!』ラポート）

同人誌でオリジナルのけもショタを描く人も多かったが、次第に商業誌でも見られるようになってきた。漫画『FUNNY!』（たかむらまこと）の「けも」はかなりキている。

☆メガネっ子……文字通りメガネをかけたショタ。「名探偵コナン」の江戸川コナン、ゲーム『悠久幻想曲』のクリスなど。

☆忍者少年……なぜか少年と忍者は昔からよく似合う。「忍たま乱太郎」の乱太郎×きり丸の流行で、忍者少年の良さが再確認された。

次章からはショタファンの男女に登場してもらい、そのメンタリティを探っていきたい。

【2】女性ショタの愉しみ

「なんだ、シンジってそうだったんじゃん！」

ショタにハマる女性のメンタリティを探るため、私はショタ雑誌「X－kids」を中心に活躍している漫画家の栖桜（すおう）かいさんに話を聞いた。

栖桜さんは、「X－kids」の3号で、「新世紀エヴァンゲリオン」の渚カヲルを連想させるような、美しくペシミスティックな少年と、碇シンジのような純真無垢な黒髪の少年を登場させた作品を描いている。

「やおい同人誌を最初に見たのは中学2年の時の『キャプテン翼』でした。結構、衝撃的だったけど、面白いなって思いました。年齢的にも、見ちゃいけないと言われるものが見たくなる、という心理があったかもしれません」

女性がやおい同人誌を手にする年齢は、

栖桜かい「篭の鳥たち」より（「X－kids」Vol.3笠倉出版社）

年々低くなっている。栖桜さんが同人作家として描き始めたのが高校3年生の時の「幽☆遊☆白書」の蔵馬×飛影。最近の女性作家と比べると、始めるのはそれでも遅かったほうだ。過去のアニパロジャンルにおいて女性作家の年齢層は20代が中心だったが、現在、急速に増えている年齢層は10代で、子供のころから漫画絵を描くことになれ親しんでいるため、10代前半でもかなりきれいな絵を描くという。

栖桜さんは「幽☆遊☆白書」の後も「ガンダムW」等、アニパロ作家としてはごく普通のジャンルで、キャラも面長の、いわゆる〈アゴ尖り系〉のキャラを描いていた。ショタとは違うフィールドにいた彼女が、どこでショタに転んだのだろうか。

「好みがショタに傾いたのは、シンジにハマってからなんです。最初に出てきた時には別に彼がショタだとは思わなかったんだけど、『エヴァ』の第24話になってカヲルが出てきて、初めて、『なんだ、シンジってそうだったんじゃん！』って（笑）」

どこにでもいそうな気弱な少年・シンジが、カヲルの存在を得て初めて「受け」キャラ、「ショタ」キャラだと〈発見〉されたわけである。

この「エヴァ」の24話以降、彼女のような女性作家を中心に「カヲル×シンジ」が大ブームになった。そして、今までショタにハマっていなかった人までもが、シンジをショタキャラとして描き始めたのだ。

もちろんすべての人がそうではなく、作家によっては「カヲル×シンジ」をより美しく描くために、面長の「耽美系」に走る人も大勢いた。一方、シンジをショタと見なした作家たちのほうは、アニメのキャラクターデザインよりも、シンジの頭身を低く、顔を丸っこく、より可愛らしさを強調した描き方になり、カップリングも「カヲル×シンジ」だけでなく、「トウジ×シンジ」「加持×シンジ」、果ては「ゲンドウ×シンジ」と、シンジの「総

受け」化にも拍車がかかった。

「相方がいないと」
——女性のキャラ萌えのしくみ

考えてみれば、「ショタシンジ」の〈発見〉というのも不思議な話である。シンジが突然「受け」の性格に変わったわけでもないのに、なぜカヲルが登場したとたん、ファンの認識が変わったのか。それを解く鍵は、女性のキャラ萌えに対する意識にある。

「相方」がいないと萌えない——一言で言うとそれにつきる。

「相方」の存在が女性にとっていかに大切か。それは、アニメ制作会社が〈狙った〉作品が、なぜコケるのかを考えるとよいだろう。

なんでこんな作品に、というものにやけに女性ファンがついたりするのに（「ゲゲゲの鬼太郎」のやおい本なんてのが流行する）、これでどうだ！　という作品にファンがあまりつかず、ビデオが売れない。「何が流行るかわからないから、女性向けのアニメやゲームは出しづらい」と制作会社は嘆く。

業界でよく誤解されているのが「女性向けは『戦隊もの』のごときキャラクターの役割分担さえしておけば大ヒットする」という考え方だ。女性は、熱血漢とキザとクールと半ズボンとドスコイ（笑）がいればオッケー、というわけではない。女性はキャラクター個人の性格のみに惚れるのではなく、良い「相方」との〈関係性〉や〈相対性〉にハマるのだ。

多くの女性たちは、カヲルに対して顔を赤らめるシンジを見て、「シンジ、軟弱だと思っていたら、実は乙女だったのね！」と考えを新たにした。シンジの欠点がすべて美点に変わる瞬間！　「気弱」は「繊細」に、「暗くて閉じこもりがち」は「純真無垢」に、ファンの間で言い換えられた。シンジの「可愛さ」はカヲルとのやりとりでこそ引き立つものだし、カヲルがただの「イカレたヘンなヤツ」で

注15／カヲルとシンジの関係
この「カヲル×シンジ」のカップリングを、私は仮に〈耽美系ショタ〉と呼んでいる。ここ最近のアニメで〈耽美系ショタ〉ブームの口火を切ったのは、名作劇場の「ロミオの青い空」。貧しくとも心気高く、どこか特別な存在であるアルフレドと、彼を慕い信じてついていく純粋な少年・ロミオとの愛の物語は、全国の乙女たち（の一部）に熱狂的に支持された。「耽美系」の大きな条件は、少女マンガの名作・竹宮恵子の「風と木の詩」のごとく、少年たちが限りなく「不幸」で「世間を渡っていくには辛そうな繊細さ」を持っていることだ。特別に美しく賢い少年と、特別に無垢で愛らしい少年、さらに彼らを襲うこれでもかっ！　という逆境、すべての条件がそろって初めて耽美系と言えるだろう。

注16／哲学フィニッシュ
文字通りである。愛する人を手にかけてしまったシンジを救おうと、乙女たちが燃えたのが「哲学」本だ。どうすれば彼らが救われるかを考え抜いたがゆえに、Hの時にすら「僕はなんで生まれてきたのだろう」なんてセリフが出てきてしまう。ある

はなく、「特別な少年」になり得たのは、憧れてくれるシンジという存在がいたからこそなのである（注15）。

最終兵器「女シンジ」が出現したわけ

　シンジは、キャラクターの絵柄や14歳という年齢から言えば決して「ショタ」ではない。しかしなぜか女性ファンの間では「ショタ」におさまってしまった。〈開発〉の成果である。

　ショタに限らず、女性ファンには、キャラクターの特徴を自ら〈開発〉するという特徴がある。そのキャラクターが好きで好きで、彼にはこんな面があるに違いない、そうに決まっている、いやそうでなくてはいけないのだ、と女性たちの妄想は果てしなく脹らんでいく。その結果、ファンでない人や男性から「そんなの、○○○（キャラ名）じゃない」とツッコミが入ろうとも、彼女たちにとってはそれがキャラクターの真実で、真実を形にしてみただけなのだ。

　今、シンジサークルの女性たちの間で流行っている「女シンジ本」もそうした一つである。父子相姦、お医者さん、魔法少年、哲学フィニッシュ（！）（注16）などなど、シンジ本ももういいかげん出つくした、と思った矢先、最終兵器「女シンジ」（注17）は現われた。

　文字通りシンジが女なのである。この手のものは昔からなかったわけでもない。だが、一つのサークルだけでなく複数の女性同人作家が、ある時から我も我もとこぞって参加し始めたのは他に例がない。

　取材した栖桜さんもその一人だった。

「シンジって女のコにしても全然違和感がないんですよ。弱いから、男の子でいるより、女の子だったほうが幸せだったかもって思う」

　考えてみればそれまでの男性キャラクターは、小さい子供でないかぎり、弱い部分があっても最終的には強い存在として描かれてい

意味、鶴岡法斎氏の「キャシャーン」（67ページ）より痛いかもしれない。

注17／「女シンジ」
　シンジが女だという設定にはいろいろあるが、シンジがある日突然女になってしまったという本や、アンミラやメイドさんの服を着た、まさに〈コスチューム・プレイ〉というべき本もある。ちなみに、どの女シンジも、一人称は「ぼく」、そして「きゃしゃで貧乳」という暗黙のお約束がある。

碇シンジは
Aカップ♥

女シンジ大爆発！
『碇シンジはAカップ』（NERV墨田支部刊／表紙・栖桜かい）

た。だがシンジにはそれがない。どこまでいってても弱いのだ。
「不思議なんですよ。今まで描いていたショタじゃないキャラは、いくら『受け』でも、ひたすら可愛がりたいって気持ちだったのに、シンジだと、可愛がってあげたいけど、いじめてもみたいんだ！　っていう葛藤が出てきちゃうんですよ。きっと根っから弱いからそう思っちゃうんじゃないかな。小学生の男の子が好きな子をいじめるような感覚と似てるところがあるかもしれない（笑）」
シンジのショタ化現象の原因は、どうやらこの辺りにありそうだ。好きなキャラを「いじめて可愛がってみたい」という心理は、実は多くの女性ショタファンに共通する心理としてアリな気がする。ショタ商業誌の関係者に聞いてみたところ、女性たちから来るアンケートでは、甘くベタベタの恋愛よりも、「攻め」の側が、少年を可愛がる一方で突き放すというような、少々ハードな展開に人気が集まっているという答えが返ってきた。

「受け身の自分が『攻め』になれる」

女性たちにとって、ショタの魅力とはなんだろう。どうやら少年の可愛さだけではないようである。
ショタ商業誌の関係者は、アンケートの動向を次のように語っていた。まずお兄さん×少年のカップルへの支持がダントツで、しかも年が離れていて血のつながっているほうが人気が高く、次が隣のお兄さん的な存在。その次にようやく同級生ものが来るのだという。たしかに商業誌では〈兄弟もの〉が多くの割合を占めていたし、同人誌でも、「爆走兄弟レッツ&ゴー!!」の豪（ごう）（＝弟）×烈（れつ）（＝兄）や、「エヴァ」のゲンドウ×シンジなど、なぜか血のつながったカップルが人気を集めている。
兄弟、父子ものに人気が集まる理由も幾つか考えられる。

烈と豪の場合は、ライバルであると同時に自分のことを一番よく知っている存在だということ。またシンジとゲンドウのように、原作ではついに仲良くなることができなかった親子を、ファンが補完してあげたいと思ったということもあるだろう。しかしアニパロではないオリジナル作品にはそういった設定が存在しないにもかかわらず、「兄と弟」なのだ。他に何か理由はないのか、栖桜さんにも尋ねてみた。

「血がつながってるほうが、やっぱり罪悪感も大きいのかな。二人が関係を持っても、友だちとならまだ何とか笑ってごまかせるかもしれないけど、兄弟だとしゃれになんないでしょう。特に弟がまだ小さかったら。『ああ、やっちゃったぁ』という（笑）。描いてる人も読んでる人もその罪悪感を楽しんでいるところがあるかもしれない」

「罪悪感」と聞いて、私は自分が高校生の頃を思い出した。

まだ「やおい」が少女たちの〈お約束〉として成り立っていなかった頃、私たちはそういったものに触れること自体に罪悪感を覚えた。それから10年が経ち、同人誌界のやおいのみならず、一般社会でも、SMなどの幾つかの性嗜好が解禁になった。障害のない恋愛が盛り上がらないように、タブーがないやおいは盛り上がらない。現在の女性ショタの心理として、こうした「タブーの楽しみ」が、ショタにハマった理由のひとつかもしれない。

栖桜さんは、ショタの魅力をもう一つ挙げていた。

「受け身の自分が攻めになれる、という感じかな。特に小さい男の子は無邪気っていうか、性に対する意識がないですよね。それを逆手にとって一から教えるとか？　いけませんね（笑）」

自分が女性という「受け」の存在から離れて、好きな男性キャラを〈襲ってみたい〉——「やおい」はもともとそんなところから始まっ

お兄ちゃんが迫る！　結城みつる「タッチ・ミー・ブラザー」（「ロミオ」Vol.13光彩書房）

ている。
「攻め」キャラに感情移入して「受け」の反応を楽しむやおいにおいて、「ショタ」はかっこうの〈遊び場（ジャンル）〉なのだろう。
　ところで、彼女は実際の子供は特に好きではないのだそうだ。彼女が本当に「ショタ」に求めてるのは、本来意味する子供ではなく、「きれいで弱くて可愛い男の子」なのかもしれない。

【3】男性ショタのゆらめき

〈ショタ〉と〈ロリ〉の意外な関係

　男性ショタのメンタリティについて述べる前に、まずは彼らが現われた時代背景について説明しておこう。
　94年のショタ3作品「赤ずきんチャチャ」「ヤマトタケル」「勇者警察ジェイデッカー」により、男性ショタの存在が大きくクローズアップされたわけだが、ブームの要因はアニメだけではなかった。実は「美少女漫画誌」と呼ばれる商業誌が少なからず関係している。
　美少女漫画には現在、大きく分けると「巨乳系」と「ロリ系」の流れがあるが、ショタと大きく関係するのが「ロリ系」である。「ロリ」とは二次元の少女のこと。「ロリータ」という現実の少女愛好家とは区別されている。そもそもロリ漫画は、80年頃、吾妻（あづま）ひでお等

注18／クラリス
　これを読んでいる人が知らないともあまり思えないが、『ルパン三世カリオストロの城』のクラリスは、ルパンを慕う14歳の純情可憐なお姫さま。宮崎駿監督が己の情念（リビドー）まる出しでできたロリコンキャラの最高傑作である。島本須美さんの声で「おじさま♥」と言われると、もう……。

アニメ第一世代の漫画家たちが、「カリオストロの城」のクラリス（注18）のような二次元の少女にハマり、アニメちっくな絵柄の少女を描き始めたのが最初だ。こうして80年代前半にはいわゆるロリコンブームが起き、「レモンピープル」「ホットミルク」など多くの雑誌が創刊され、爆発的ブームとなった。

「ロリ」の特徴は胸が薄く（ほとんどない場合もあり、「つるぺた系」と呼ぶ）、美しいというよりも可愛いという表現がぴったりの少女のことだ。そういったつるぺた系の女の子キャラが氾濫していくうちに、80年代後半、やおい大流行に影響を受けたのか、つるぺたの「少年」に魅かれ、可愛らしい男の子を描く男性作家も現われた。

90年頃になると、可愛い少年がお姉さんの手ほどきで女装する、といった作品も出てきたが、そんな中で、92年頃には美少女系雑誌で「少年×少年」の漫画も登場する。92年発行の「コミックアットーテキ8月増刊号ＤＡＩＳＵＫＩ」には、友達の家に行って、ふたりでお姉さんの服を着て（注19）えっちなことをするというシチュエーションの作品が掲載されている。

以降、そうした〈少年もの〉が少しずつ現われ、やはりショタの影響を受けた男性読者（注20）がアンケートを出し応援するという不思議な循環ができる。次第にその流れは、現在の〈お姉さんと僕〉というショタ系の一つのジャンルにつながっていった。

美少女漫画誌のフィールドでやはり男同士はまずい、しかし女性キャラの〈お姉さん〉（注21）を出せば、普通の読者も喜ぶ。〈お姉さんと僕〉にはそういった意図もあった。そして94年には、美少女系漫画家が発行した可愛い男の子の同人誌がこぞってロリ系雑誌に取り上げられるまでに至る。これは時期的にアニメのショタ3作品が登場する94年とちょうど合致する。ロリ系とアニメからのショタブーム、そして「ショタケット」の誕生、そこ

注19／お姉さんの服を着て
作者は美少女雑誌のショタ先駆者・魔北葵。「ＣＯＭＩＣアットーテキ」は、現在ショタ雑誌「ロミオ」を発行している光彩書房から出版されていた。

注20／男性読者
この男性による美少年応援現象は一般誌にも波及し、月刊キャプテン（徳間書店）に連載された「シャイニング・フォース」（92年）では、主人公の友人の男の子ショーンが、読者コーナーの「ヒロイン特集」においてグランプリを取るという偉業（異業？）を成し遂げた。

注21／〈お姉さん〉
「お姉さん」になったのは、男女ともつるぺたでは上半身で区別がつきにくい、という理由による（笑）。

でようやく男性ショタという存在は表面化したのだ。

僕たちはロリ系じゃない
——真性ショタの男性たち

男性ショタはロリ系の流れから来た。後は当の男性ショタファンに確認をするだけである。私はショタサークルの老舗「サークル白ウサギ」の男性、ウサギの時計さんと白阿さんのおふたりにお話をうかがってみた。

「少なくとも、僕たちはロリ系から来たショタではないですね。だって僕ら、小学生のときからショタコンでしたよ」（白阿）

いきなりな展開に私は驚いてしまった。彼らが少年という存在を意識し始めたのは、小さい時から家族と見ていたロボットものや名作劇場（注22）などのアニメからだという。「海のトリトン」「バビル二世」など、主人公の少年が、困難に遭遇しながらもけなげにがんばっている姿にひかれた。そういった経験は誰でもあるだろうが、彼らはそこから卒業しなかった。

「中学生の時にも、顔だちが可愛い同級生が気になったことがありました。体育服姿なんかを見て、どきっとしてしまったり」（ウサギの時計）

彼らがそんな年ごろの頃、アニメは〈ファミリー向け〉と、10代の若者に受ける〈ティーンエイジャー志向〉の作品に急速に分化していった。富野喜幸（現・富野由悠季）監督のロボットものがさかんに作られ、「無敵超人ザンボット3」の勝平や「機動戦士ガンダム」のアムロなど、ひたむきに戦う二次元の少年に彼らはさらにハマっていく。そしていつしか「男の子しか目に入らなく」なってしまったのだという。ふたりそれぞれに好みの少年のタイプは違い、白阿さんが「どこにでもいそうな元気な男の子」、ウサギの時計さんが「清楚な優等生タイプ」と分かれるが、ふたり

注22／名作劇場
日本アニメーション制作の、世界の名作物語をベースとしたアニメシリーズ。「母をたずねて三千里」や「トムソーヤの冒険」「ロミオの青い空」など数々の良作を送り出したが、97年3月に「家なき子レミ」を最後に惜しまれつつ終了した。

しいねちゃんがスカート姿にへんしーん！『しいねちゃん☆解放区』（サークル白ウサギ　ウサギの時計）

がアニメを通して少年に求めているものは最終的には同じだという。
「少年アニメの一番の魅力は、仲間との熱い友情だと思います。僕はアニメで少年同士の友情が描かれていると、感動するとともに、友情を超えた先にある〈何か〉に思いをはせてしまうんです。友情だけでも、愛情だけでもない〈何か〉なんですけど……」（白阿）
〈何か〉というのが、人同士の何かしら強い精神的な結びつきであることはまちがいがない。白阿さんは、自身が子供の頃に一人でいることが多かったために、友情というものに強い憧れを抱いたのだと語ってくれた。
　ウサギの時計さんは、自分の心理を次のように分析している。
「小学生から中学生くらいにかけて、男も女も同性の友達に興味を持ってヤキモチをやいたりする〈擬似恋愛〉の時期がある。それから実際に男女の恋愛になっていくんだろうけど、その段階に固着してしまったというのがショタの人には多いみたいです。僕らが少年から離れられないのは、そのためかもしれません」（ウサギの時計）
　彼らの言葉を聞いて、私はそれまで見てきた男性作家のショタ漫画との違和感を感じた。性描写が多くを占める彼らの作品と、目の前のふたりの意見とはどうしても重ならないのだ。
「ロリ系から来た人（注23）は、つるぺたで可愛いければ少年でもオッケー、という感覚なんだと思います。まあ下半身が違うだけですからね（笑）。だからショタ漫画でも〈からみ〉を中心に描いているけど、僕ら昔からのショタファンは、少年の魅力はもっと別のところにもあるんじゃないのかな？　と思ってしまう」（ウサギの時計）
　彼らは自分たちのことを「真性ショタ」と呼び、実はその数は予想以上に多いかもしれないと語った。

注23／ロリ系から来た人
　現在、ショタの女性同人作家にもロリ系マンガから影響を受けた人が数多くいる。一部を除くと、女性にとって長らくロリというジャンルは遠い存在だったが、92年「美少女戦士セーラームーン」がきっかけで、戦う少女の美しさと友情に魅了される者が続出。レイ×亜美等を経てセーラームーンS」のみちる（セーラーネプチューン）×はるか（セーラーウラヌス）の通称「みちはる」が大ブレイクする。はるかという宝塚男役タイプの登場により、女性が「女×女」を描くことへの抵抗がなくなったのだ。
　また、女性ショタ作家は、性描写を描くための資料としてロリ系マンガを利用している。ロリ系男性作家の作品は性描写に関して長い歴史があり、女性にとってもたいへん参考になるという。
　しかし、女性ショタ作家が〈お姉さんと僕〉を描くことはほとんどない。「女性が入ると生々しくなり、客観的に楽しむ気になれない」のだという。自分が決して入らない世界で、意識のみ「攻め」になるのが、女性の伝統的な「やおい」の楽しみ方なのである。

真性ショタが持つ〈後ろめたさ〉

彼らが活動の中で特に力を注いでいるのがホームページ。そこには男性ショタファンからの感想が数多く寄せられている。その中には、ホームページを見て初めて自分がショタだったと気づく人や、こんな性癖は自分一人ではなかったのだと安心する人もいるという。「僕らも、これだけ男性ショタの仲間がいるとわかるまで、とても表立った活動なんてできなかったです。やっぱり自分のことを病気じゃないかと思ってたから」（ウサギの時計）

女性のショタ好きならとりあえず対象は異性だが、自分たちは同性。たとえ二次元キャラであれ、少年が好き、とはとても言えない。そう悩む彼らは、常に現実の少年との距離を考えて、独自の「割り切り」を課している。

白阿さんは二次元のキャラのみ、ウサギの時計さんは二次元プラス、現実の男の子は見て楽しむだけ、という線引きをしているのだ。

彼ら「真性ショタ」の話を聞いて感じるのが、強烈な〈後ろめたさ〉だった。やおいやロリを描く女性作家には、かつてはともかく、現在そうした〈後ろめたさ〉はほとんどない。

男女のこうした意識の差は、描いているショタ漫画にも現われている。まず男性ショタの場合、「攻め」だけでなく「受け」にも感情移入する。これらは彼らが同性だということに関係がある。男性ショタは相手役だけでなく、好きな男の子にも自己投影できるのだ。

また、自己投影ができるので、少年キャラをショタだと認識する時に、必ずしも「相方」の存在を必要としない。女性が「相方」＝相対的な存在がいないとショタが認識しにくいのは、結局は少年に対して他者だからだろう。

自己投影という点に関して彼らの考えは興味深い。

——最近、女性ショタの間で流行っているカップリングに、「青年×少年」というのがあるんですが……。（筆者）

サークル白ウサギのホームページ
(http://www.mediawars.or.jp/˜shirousa/)

「え、青年と少年ですか？　いくらなんでもそれは無理がある」（ウサギの時計）

――でも女の子たちは、無理があるからいいんじゃない、と(笑)。

「(笑)。でも僕はそういうのは……。結局ショタ漫画を見る時も描く時も、自分をどうそのシチュエーションに埋めこむか、と思うと他人事じゃない。少年同士の関係なら僕も少年の気持ちになればいいけど、青年だと、子供をどうこうしたら、それは犯罪ですよ。それ以前に卑怯ですよ。いくら二次元でもそんな……」（ウサギの時計）

興味深い、と語るのが失礼なほど真摯な答えであった。

このうえ、「実はもっと人気があるのが血のつながった兄弟で」などとフキンシンな発言をしていたらどうなっていたことか。

彼ら真性ショタにとって、ショタの少年は自己同一化の対象でもある。彼らがショタを通して欲しているのは、過去の自分が追い求めていた〈理想の少年像〉なのかもしれない。

弱い、可愛いはタブー――しんどい男性社会

「愛する対象が同性であること」に対し、男性は女性とはくらべものにならないほど後ろめたさを感じていた。そしてその差は、男性が置かれた環境に原因があると彼らは語っている。

「結局、男性にとって〈弱い〉〈可愛い〉はタブーなんですよね。可愛いと思っていいのは女性と自分の子供に対してだけで」（ウサギの時計）

社会では、「男性は、女性や自分の子供以外、たとえば小さな男の子や女の子なんかを可愛がってはいけない。ましてや自分自身が弱くて可愛らしい存在でありたいと思うのはもってのほか」という〈常識〉がある。

しかし女性に対しては、女性が可愛いものを可愛いと言っても、それは当然のこととして認知されている。女性がロリ系や色っぽい

女性の漫画を描いても、「だって可愛い（きれいだ）もん」で許されてしまう風潮は、そういった社会の認識の違い（注24）からきているのかもしれない。

さらに加えて、男性が同性を好ましく思うだけで、「同性愛者」という〈レッテル〉が貼られるのだという。

「昔、何が怖かったかって、ちょっとでも男の子が好きだと言うと、『ホモ』とか、『とんでもない』と言われる風潮があった。しかも90年くらいから、AIDS問題とかで、AIDS＝同性愛の病気だと言われ出して、そこで僕らはすごくネガティブな感情を抱いてしまったんですよ。だからなかなか言い出せなかった」（白阿）

現在はAIDSについての偏見は減りつつある。ただ一方で、彼らは仮に「同性愛」という言葉に社会的な偏見がなかったとしても、少年が好きな自分が、違う趣味の、たとえば「さぶ系（注25）」や「ニューハーフ」等の人々と一つの同じ言葉では括られたくないと語っている。それは、彼らを差別して言うのではなく、さぶ系やニューハーフの人々も同様に思っているはず、とも言う。

「結局、人が受け入れられるかどうかは、最終的にはその人たちを括る〈言葉〉という概念規定で決まるんだと思うんです。僕らが少しずつでも外に出れるようになったのは『ショタ』という言葉ができたおかげ。ショタだってオタクだって、どのジャンルでもそうだと思うんですが、人は、自分を括る言葉が差別用語じゃなく、いい意味もあるという時、初めて受け入れられたという気持ちになるんだと思います」（白阿）

幸い「ショタ」は、仲間うちから広まった言葉だったため、部外者からの差別表現を含まなかった。彼らは今、「ショタ」という自己を受け入れてくれる言葉と仲間を得て、ようやく自己表現ができるようになったのだ。

注24／社会の認識の違い
世間では、女性の「嗜好」に関しては、服装にしろマンガにしろ、結構幅広く〈オッケー〉になってきているのに対し、男性は一見、タブーが少なそうなわりに、「男性の嗜好」という枠組みの中でしかオッケーが出ていない気がする。だからキティちゃんが好きな男性が「きもちわるーい」とか言われたりするわけだ。

注25／さぶ系
ゲイ雑誌「さぶ」が特集するような、マッチョ系の〈兄貴〉が好きな人のこと。

ショタの未来
——若者が〈常識〉を超える日

それにしても、たかがショタと軽い気持ちで取材を始めてみたら、最後にはずいぶん深いところまで話が進んでしまった。特に、女性ショタ&ロリ系男性ショタと、真性ショタの人たちの意識には大きな溝があり、現在のところ容易には埋まりそうもない。まあ、埋まるものでもないのだろう。

また逆に、同人誌界では真性ショタ以外の人に〈後ろめたさ〉がないといっても、家や学校や会社といった公共の場に出てしまえば状況は変わる。その点は真性ショタの人に通じるところもあるだろう。

今回、同人誌界のショタファンを取材していて気がついたのは、〈性のボーダレス化〉だ。男性がロリからショタに転び、女性がロリに転び、ショタ界では一部ながら「女シンジ」なるものまで登場して、今や何が何やら、という状態にまで突入しつつある。

これからはもっとボーダレス化が進むだろう。要は、可愛ければ男だって女だっていいじゃない、という発想だからだ。

同人誌界はフトコロが大きい。男キャラでも女キャラでも、きれいな人が好き、可愛い子が好き、女が「攻め」になりたい時もあれば、男が「受け」になりたい時だってある。それでいいじゃないか、と受け止めてくれる。

マスコミや知識人たちは、同人誌界を興味本位のキワモノとして取り上げる。が、そこは若者たちの外(ほか)では言えない気持ちを吐露し、自分を回復する場でもあるのだ。現代の若者の数パーセントが確実に持つ、そうしたセクシュアリティを、ただ「異常」と嘆くよりも、彼らの一見「異常」な中から、今言われている〈常識〉は果たして真実なのかと問うことも、また必要なのではないだろうか。

(執筆協力:サークル白ウサギ)

参考文献:『このショタがすごい!』(少年療法試論)
『1998アニメージュポケットデータノート』(徳間書店)

扉写真:傷ついたタケルを抱きかかえるロカ。けなげというか、乙女というか……。このヒロイン性がロカの最大の魅力。(「ヤマトタケル」日本アニメーション)

【この講義の読み方】学長・岡田斗司夫

▼僕は「コスプレイメクラ」に以前から大変、興味があった。いや別に、行きたいとかそっちの興味ではない。「どのように客と女の子は関係を持つのか」という興味だ。僕を含めてオタク（の男）というのは、あり余るほどの自意識と妄想にまみれて生きている。通り一遍の風俗店的なサービスで、こんな難儀な奴等を満足させられるとは思えない。▼もう一つの興味は、「どこまでディープなオタク世界に対応してるのか」というポイント。アニメやゲームの話題だけでなく、タミヤのプラモデルとか私鉄の高架橋とか、そんな話題についてくる女の子なんかがいるんだろうか？▼鶴岡氏はこんな僕の注文に「では体験取材しかないですね」と力強くかつ嬉しそうに答えてくれた。結果は見ての通り。単なる体験レポートではなく、読みごたえのある現代論が仕上がった。

【おたくのセクシュアリティ2】

本年度集中講義

「コスプレイメクラ、おたく風俗」

【講師】…鶴岡法斎

【講師略歴】鶴岡法斎 つるおか ほうさい

1973年、千葉県生まれ。高校卒業後、いくつかの職業を転々としているうちにモノカキの道へ。編著書に『新世紀の迷路』（アスペクト）『呪われたマンガファン』（ジャパンミックス）『螺旋の薔薇』（アスペクト・共著）など。自ら提唱する『ガラクタ文化』の視点からB級文化全般の評論活動を行なう。マンガ、映画、性風俗、音楽、怪獣、小説など守備範囲は広い。

オタクの行く風俗?

この本の大多数の読者にとって『風俗』とはどのような印象のものだろうか。
昔、アニメファンの友人に、
「風俗とか行かないの?」
と聞いたら、
「自分はそこまで堕落していない」
と真剣な顔で言われてしまった。
まぁ、これは極端としても、ステレオタイプな情報として所謂『オタク』の人たちは『風俗』とは縁遠い人種だったのだ。
それがここ数年、『オタクの行く風俗』というものが台頭してきた。『オタクも行く風俗』ではない。この差は大きい。どのくらい違うかというと「東宝」と「新東宝」ぐらい違う。
とにかく、この『オタク風俗』は凄まじい勢いで台頭してきたのだ。一般的には『コスプレイメクラ』と呼ばれている。今回、この独特な風俗について記してみようと思う。

「性風俗業」の基本システム

まず自分のことを少し書こう。あれはまだ私が20歳くらいの頃だった。当時、一部のSM雑誌などでライターとしての活動をしながら書店に勤めるという生活をしていた私は、自分が仕事をしている雑誌に掲載されている『風俗情報』というものに多大な興味を持った。
そして「風俗というものに行ってみたい」という情熱と欲望がフツフツと湧いてきたのである。
だが、すぐには行かず、私は何冊もの風俗雑誌を購入して情報収集を行なった。この辺がオタクである。知り合いの編集者からも話を聞いたりして大体の状況は理解できた。
そしてある日、私はついに池袋のピンサロ(注1)に遊びに行こうと決意したのである。
『ピンサロ』というのは何列かのソファーが並んだ店内で女の子に口でサービス(つまりフエラチオ)してもらうというものである。店

注1/ピンサロ
ピンクサロンの略称だというが、今ではこんなこと誰も覚えていない。飲食店のような店内で、オーラル・セックス中心のサービスを受ける。低価格で手軽な反面、シャワー設備がなく(おしぼりで処理する)、不潔になりやすいのが欠点か。ビギナー風俗嬢が多いという説もある。東京では巣鴨、池袋から新宿が中心。
文中の「池袋のピンサロ」はサンシャイン通りにあった。雑誌に紹介されていた女の子が可愛かったので行ったのだが、結局その子は指名できず。が、代わりに指名した女の子がわりとイイ人だったので、その後もよく指名した(こういうことは、しばしばある)。後に彼女は新宿のピンサロに移籍、現在は消息不明である(こういうことも、しばしばある)。

内の照明は暗いが、それでも他のテーブルの痴態がそれとなく見える。
その為か、価格は他の風俗よりもはるかに安い。その安さに私は惹かれたのだ。
私が行こうとした池袋の「Y」という店（今はもう、ない）は12時開店で6時までなら５０００円で30分。指名料２０００円。つまり７０００円で遊べるのだ。しかも私の買った風俗雑誌にはその店の割引券が付いていて、指名料が無料になるとのこと。これは安い。
私はその割引券を持って昼間にその店に向かった。こう書くとかなりのケチか貧乏人だが、実際、その通りである。
で、その店に向かったのだが、そこは疑り深い私である。実際に５０００円で済むとは思っていなかった。中に入ればなんだかんだで金がかかってしまうのではないか、とピュアに考えていたのである。それにいくらなんだって５０００円は安すぎると思っていた。
池袋の繁華街、平日の昼間、人は多い。その人込みの間を抜けながら意を決してその店へ入る。他人の視線が気になるような、気にならないような……。最近はこんな感覚、まるでなくなってしまった。まったく純粋だった、当時は、と思う。
店員に受付で割引券を渡し、５０００円を払う。そして指名の女の子を選ぶために何枚か貼られているポラロイド写真を見る。写真にリボンの付いている人が出勤しているらしい。
それで女の子を指名して薄暗い店内、ユーロビートが喧しい。テーブルに案内され、飲みたくもない麦茶が出される。しばらくして女の人が現われて、世間話などしていると、いつの間にやら彼女は脱いでいてディープキス。そしてゴム着用のフェラチオであっけなく果てた。胸も触った。お尻も触った。彼女から次回の割引券になる名刺ももらった。そして５０００円ポッキリだった。
この日、私の中でフェラチオの価格崩壊が起きた。それから風俗に通いだしたのである。

「イメクラ」への抵抗感

当時、すなわち今から四、五年前はイメクラ（注2）は登場したばかりだった。まだ看護婦やOLなどのコスチュームがメインだった。その事情が一年後あたりから変わってきた。いくつかの店でアニメ系のコスプレを使うようになったのだ。主流は「セーラームーン」。いかにも、という感じである。

そしてそれからしばらくして、渋谷に『あの店』が登場したのである。それが、まさかあそこまでになるとは当時、ピンサロ通いをしていた私には想像すらできなかった……。

『あの店』とは何か？

それは渋谷（しぶや）にあるイメクラ『S』である。その店はアニメのコスプレ、そしてアニメの話ができる女の子（または現役のコスプレイヤー）を使って、一部のマニアに受けている。と、こんな情報を口コミと雑誌から得ていた。

そしてそれと同時多発的に都内の数カ所でアニメのコスプレをメインにしたイメクラが何軒か登場した。

しかし、私はこれらの店にプライベートで行くことはなかった。何かイメクラの売りである「イメージプレイ」というのが面倒くさい気がしたのだ。それに自分の好みで女性に演技をさせるというのが気に入らなかった。私は風俗嬢という演技をしている女性の「素（す）」の部分を垣間みる（注3）ことに快感を感じるので、その演技の上から、また演技を重ねてしまうイメクラがタマラナク退屈なものに思えたのだ。

さらに当時、エロ本で仕事をしていたが、SM雑誌がメインだったので仕事でイメクラを取材することもなかった。

それが、である。ある日、ある企画でイメクラを取材することになった。それもアニメのコスプレがメインの店。当然、渋谷の『S』も取材先のリストに入っていた。97年、夏のことである。

注2／イメクラ
イメージクラブの略。無認可の風俗店として近年大ブレイクした。マンションや雑居ビルの一室で看板を出さずに営業していることが多い。女の子が衣装を着て、客の希望する設定に合わせてプレイしてくれる（サービスそのものはオーラル・セックスや素股にとどまる）。
客がそのシチュエーションになりきることができるのがウリなのだが、その『イメージプレイ』ってのが学芸会そのものに見えて、筆者は遠慮していた。どうも照れてしまうのだ。怪獣ゴッコは年甲斐もなく平気でできるのだが。

注3／「素」の部分を垣間みる
以前、ピンサロで「地下鉄サリン事件に出動して中和剤を撒いた自衛官とプレイした女の子」の話を聞いたときは面白かった。こういう無駄話も醍醐味である。

まだ見ぬコスプレイメクラに興味津々、取材に向かった。それは私の想像を絶する世界だった。

「オタクのアイデンティティ」が通用する風俗——コスプレイメクラ

イキナリ定義してしまおう。コスプレイメクラとは、『オタク』が『オタク』のまま通える風俗である。

一般的に風俗の遊びとは、非日常の世界である。そこにふだんの仕事や人格はあまり介在しない。女の子が風俗嬢という仮面を被る(かぶ)ように、客もまた風俗の客という仮面を被るのである。

つまり女の子との会話で仕事を聞かれても別に本当のことを喋る(しゃべ)必要はない。私もふだんは適当に「出版関係」とか言っている。もしこれから仕事がある時でも、女の子が、「今日はお仕事休み?」と聞けば、「ああ、うん」と気のない返事をする。

ことわざで「旅の恥はかき捨て」というのがあるが、男にとって風俗とは小さな旅なのかもしれない。まぁ、「かき捨て」だからと風俗嬢に対してあまりに失礼な客もいるのだがこれは別の機会にでも書こう。

肝心なのはコスプレイメクラ。私は先ほどの取材で何軒かのイメクラを取材した。そしてそこに働く風俗嬢から聞いた話は私の想像を超えていた。

なんとコスプレイメクラに集う客は自分の正体をけっこう簡単に喋ってしまうのだ。

この構造を簡単に説明すると、

コスプレイメクラは「女の子もアニメが大好き」というのが最大の売りになっている。

つまりそこにゲーム業界の人間やイラストレーターなどが客できた場合、それで自慢ができるのだ。

結果、彼等(オタク)はコスプレイメクラでアイデンティティの確立を目論む(もくろ)わけである。

なにしろ「コミケの何番ブースを取ったから」と女の子をナンパするのだから凄まじい。
でも気持ちは少しわかる気がする。私も一般の女性相手に「ゴールドライタン」や「流星人間ゾーン」の話をしてしまい、なんにも会話が盛り上がらなかったという悲しい過去がある。
それなのに自分の話をしてくれて、しかも性的にも相手をしてくれる女性がいればかなり嬉しいだろう。
私は驚きつつも、そういうことで自分を納得させていた。この段階では。
しかしである。コミケで風俗研究の同人誌（それも当然、コスプレイメクラ中心）を見たり、自分の某単行本で某風俗嬢を表紙に使うとそのことの方が話題になったりすると、
「これは、ちょっと……」
と思えてきた。
先程の第一の定義も間違ってはいないのだが、それもまだ入り口の段階に過ぎないのではないか。私は意を決して三方向からの取材を今回行なった。
それは『客』『風俗嬢』『店』である。

客と店員とのオフ会（女の子抜き！）

友人にコスプレイメクラに通っている男がいる。彼との出会いも風俗の話がきっかけだった。
コスプレイメクラに通う彼は私にとって興味深かった。また彼もそれ以外の風俗に詳しい私に興味を持ったようだ。
で、彼にコスプレ風俗について聞いてみるとそれはそれは驚きだった。
彼は渋谷の『S』に対してある疑惑を持っていた。それは女の子との会話である。
ある日、その女の子にあるアニメの話をした。そのときは別になんでもなかったのだが、次に彼女を指名したときには自分からそのアニメの話をしてきた、というのだ。

これはある程度、推理できる。
彼女は最初に聞いたときにそのアニメを知らなかった。そしてその直後から調べたのだろう。サービスとして。接客ではよくあることだが、これはホステス並みに徹底的である。
ちなみにここで「彼女が自分と同じアニメを好きになってくれた」と思ってしまっては相手の策にハマッたことになる。まぁ、そう信じるのは個人の自由だが、実際にそういうことは奇跡に等しい。風俗嬢との恋愛とはすごく難しいのである。ホストにでもならない限り。
そして彼はもっと興味深い話をしてくれた。
「あの店、オフ会があるんですよ」
「なるほど、そうやって女の子と会わせてくれるわけだ」
「いや、女の子は来ないんですよ」
「え?」
「店長が来るんです」
「………」
私は本当に絶句した。これは何なのか、かなり理解できない。しかしそれは私が一般の風俗に通っているからかもしれない。普通は店長とは仲良くならない。人それぞれ理由は違うだろうが、客として行く場合、店長、及び店員との会話は事務的なものである。
だって恥ずかしいじゃないですか。これから、あんなこととかこんなことするのに。
人によっては店員と仲良くなって女の子の性格とか聞く人もいるらしいが、それにしても、オフ会はないだろう。
ここで私はハッとした。自分の手元にある風俗雑誌を何冊か漁(あさ)ってみた。するとこの『S』の広告が最近になって風俗雑誌にほとんど掲載されていないのである。
考えるにこれは、すでにリピーターによって客がある程度、確保できたのではないのだろうか。
そう考えればオフ会もリピーター対策と納得できる。さらにいえば、すでにこの店が風俗ファンのネットワークから外れ、オタクの

ネットワークから新規の客を取ろうとしているのではないか、とも推理できる。

事実、この店の女の子はコミケにコスプレ姿で現われるらしいし、店はインターネットのホームページも持っている。またオタク相手ならば口コミという最も金のかからない宣伝手段もかなり効果的であろう。リピーターたちはいつの間にかこの店の広報員になっているのである。

さて次に風俗嬢の話を聞くことにした。私の友人には風俗嬢（元風俗嬢を含め）の知人が多い。彼女もその中の一人である。しかも彼女は渋谷の『S』ではないのだが、コスプレイメクラで働いていたこともあるのだ。

彼女によれば渋谷の『S』はかなり話題になっているらしい。これは噂の域を出ていないのだが、この店の研修（注4）というのがあって、普通の風俗では接客とフェラチオとか素股の練習があるのだが、『S』ではアニメ雑誌を読まされるのだ。

私は「まさか」と思ったが、同時に「あそこならあり得る」とも思った。

彼女は、

「『S』の客ってヌキ以外のことを求めていると思う。それは風俗嬢としては逆に辛い気がする」と。

それはその通りのような気がした。

コスプレイメクラの実際――(1)初級編

さていよいよ『取材』である。長いモノカキ人生でも風俗店に潜入取材するというのは初めてのことである。ちょっと興奮した。あと違った意味でも興奮した。

まず最初に何軒かのコスプレを売りにしているイメクラに行ったのだが、そこはわりと普通だった。店に入って女の子の衣装を選ぶのだが、ただそこにアニメの人気キャラの衣装があるだけである。女の子もその衣装を着ていつものサービスをするだけである。別に

注4／研修

風俗店の研修は、通常「実技」のスキルアップを目的とすることが多い。ソープでは新人教育を担当する古参のお嬢さんがいるようだ（今でもいるかどうか?）。

だが、文中の『S』の場合、あくまで噂であるが、女の子が就職すると「アニメージュ」をドサッと渡されるというのだ。「アニメージュ」であって「ニュータイプ」でないところが生々しい。

他の性感やファッションヘルス（注5）とも変わらない内容だ。
　しかし新宿の『W』という店はちょっと違った。ここは広告に**例の太字明朝体**を使ったりしていて、かなり『オタク』に媚びている印象があった。
　事実、店内に入って待合室に案内されるとそこにはゲームやアニメのポスターが貼られているのだ。この雰囲気はちょっと他の風俗では味わえない。
　で、衣装を選ぶこととなるのだが、私はウテナにした。いや、他意はない。ただ、好きなのだ。一回、ウテナと、あんなことを……みたいな妄想はたくさんあった。
　そして個室に案内される。私の目の前にいた彼女がたしかにあの衣装を着ている。ちょっと嬉しかった。
　ちょっと世間話をして一緒にシャワーを浴びる。ちなみに大抵の風俗店ではここでうがい薬（注6）でうがいをする。私はどうもこのうがい薬が風俗とイコールの存在になってしまって風邪の時にも使う気がしない。
　シャワーを出て彼女は、
「この服、もう一度着ますか？」
と聞いた。
「ああ、お願いします」と私。
　いよいよプレイ開始。彼女が全身を愛撫してくる。いつもならここでかなり興奮するのであるが、この日はちょっと違った。彼女の衣装のボタンや布の素材が体に触れて気になるのである。それもそろりそろり、と触れるのでくすぐったい。みんなこんなのが好きなのか。
　後で知り合いの風俗嬢などに聞いたら、客で一番多いパターンは「前はボタン全開でノーパン」希望だそうだ。なるほど、と感心してしまった。たしかにこれなら衣装を着たまま楽しめるような気がする。
　しかし、そこまで衣装にこだわる気持ちって何なんだろう？　ストッキングやラバーの触感を楽しむフェチ（注7）とも少し違うよう

注5／他の性感やファッションヘルス
まぁ、あれだ。個室でシャワーを浴びて、キスから全身を舐めてもらってフェラチオ。そしてフィニッシュ。これが基本形であると筆者は思う。

注6／うがい薬
あの、茶色のヨード溶液。強力な殺菌力を持ちながらほとんど刺激がないため、病院でも風俗店でも必須アイテムとなっている。
先日、風邪で喉をやられたときに使ってみたら少し興奮した。こういうのを「刷り込み」というのだろう。

注7／フェチ
フェティシズム。呪物崇拝と訳される。性的倒錯とされるが、昨今は市民権を獲得した。が、本物はやはり凄い。
ラバーで全身を包み、まるでショッカーの戦闘員のようになって悦にいる人や、新品のストッキングでオナニーできるライターの川井豪山（実名）など、例を挙げればきりがない。
ちなみに筆者もタオルケットに対して性的興奮を覚える人間である。

な気がする。
やはりこういうのはコスプレイメクラに多いことであるし、『オタク』の性質と何か因果関係があるのではないのだろうか。
岡田斗司夫『オタク学入門』（太田出版）には、『オタク』とは「進化した視覚を持つ人間」と定義されている。なるほど、ビデオを見ることなどによって進化した視覚はこの映像社会においては有利であろう。しかし、これも性的な部分ではどうであろうか。この「衣装を脱がさずプレイする」というのも彼等の「進化した視覚」によるものだろうか。
またこれは直接『オタク』とは関係ないが、顔面射精（注8）をオプションに備えている風俗店が多いのも、アダルトビデオによって進化した視覚から来るものではないか。あれは別にやってもなんにも気持ちよくない。でもやりたがる人が多いのである。
これらもすべて視覚が中心になっている「快感」である。別に私はそれを批判したりはしないが、ただ、触覚や聴覚も性行為においてはかなりの快感を提供してくれるので大事にした方がいいと思う。とくに触覚は鍛えれば鍛えるほど「進化」する。これは私の経験からである。

「私、あんまりアニメ知らなくてお客さんに悪い気がしちゃって」

さてさて、話が脇道にそれてしまった。新宿のイメクラの個室に話を戻そう。
そんなわけで彼女の衣装が邪魔に思えてきた私は衣装を脱いでもらった。やはり人肌の触感は心地好い。
しかしここであることが気になってきた。それはこの店で流れている音楽である。何とアニソン、それも昔のロボットアニメ中心の音楽が流れているのだ。すなわち菊池俊輔＆渡辺宙明（注9）である。しかも自分は仕事でつい先日、渡辺宙明氏に会ったばかりなのだ。

注8／顔面射精
「顔射」「顔シャ」と略される。「顔面射精」「顔面シャワー」のどちらかが正式な名称なのだが、明確なルーツは不明。精液を女性の顔にかける、というこの行為のみにこだわるマニアも多く、一人の女性に総勢百人の男が顔面射精するというビデオも制作されている。
このビデオもアニメのコスプレ女性を起用しているのが興味深い。

注9／菊池俊輔＆渡辺宙明
特撮およびアニメ音楽の巨匠。個人的にも非常に尊敬しているのだが、こういう場所で聞くのはどうかと思う。やはりBGMはTPOが大切だ。ちなみにこの『W』では最近、客の持ってきたCDをBGMにできるコースが登場したらしい。やはりアニソンは辛いのか？　それとも「死ね死ね団のテーマ」でないと興奮しない体質の人とかがいるのだろうか？

ああ、こんなときに宙明氏のことを思い出してしまう。しかも一緒に歌いそうになってしまう。すでに心の中ではメロディーをとっている私。
　結局、私は「新造人間キャシャーン」の主題歌で絶頂を迎えてしまった。こんなのふつう経験できることではない。できれば一生経験したくなかった。
　ちょっとトラウマ残しつつも、彼女とシャワーを浴びる。そこで彼女は、
「ほら、うちってお客さんでアニメとか詳しい人多いんですよ。私あんまり知らないから悪い気がしちゃって」と言った。
　私は切ない気持ちになった。客のオタクな会話になかなか相槌を打てず、困っている彼女の姿が想像できてしまったのだ。
　彼女は今、資格を取ろうとしているらしい。この仕事は年齢的にも限界があるので手堅い仕事に転職しようと思っていることなど。
　彼女は真面目な人だった。その真面目さにとっても好感が持てた。それが嬉しかった。
　いろいろあったが、いい出会いだったと思えた。私は新宿の街を後にした。

コスプレイメクラの実際
——渋谷決戦・上級編

　そしてついに渋谷の『S』に向かうことになった。いよいよ今回のメインイベントである。渋谷の道玄坂を上っていく。だんだんと風俗店が増えていく。『S』にいく途中にフィギュアショップを見つける。こんなことも因果に思えてきてしまう。
『S』は容易に発見できた。店の看板はわりと普通の風俗っぽくなっている。地下に進む階段を降りていく。かなり緊張している。種類こそ違え、風俗店に入るのにこんなに緊張するのは、あの池袋のピンサロ以来である。
　店は十時開店。今の時間は十時二十分くらいか。受付に行こうとすると先客がいた。某

ゲームのTシャツを着ている。何かすごく時間がかかっている。
「大丈夫なのか」と、何に対してかよくわからない不安が湧く。
ようやく先客の受付が終わった。彼は店から出ていく。どうも予約をしていた様子。
今度は私の番だ。
「初めてですか」と店員。
「はい」
「何をご覧になられました」
まさか「潜入取材です」と本当のことは言えないので、
「ああ、雑誌を……」と適当に。特に支障はなくコースを選ぶことになった。マンションの個室を使う『VIPコース』を頼もうとしたら、予約でラストまでいっぱいだと言われる。
私は驚いた。まだ開店して20分である。それなのにもう予約が一杯になっているとはどういうことだ。
後に友人に聞いたところ、この店の予約は前日の12時から行なっているとのこと。これは風俗では異例である。普通は当日の開店時間から予約は受付けるものである。
しかもその予約開始の時間には『ぴあ』のチケット予約のごとく、電話がつながりにくくなってしまうらしい。
しかたないので店内の個室でプレイするコースを選ぶ。この方が割安である。ちなみにこの店、初回では女の子を指名できない。だから誰に当たるかわからないのだ。
待合室に案内される。この店もアニメなどのポスターが大量に貼られている。さらにアニメ雑誌が置かれていた。これは初めてのパターンである。風俗店の待合室にはよく雑誌が置かれるが、それは風俗雑誌と週刊誌がメインである。ここでは風俗雑誌が一冊もないのだ。さらにゲーム雑誌や『少年エース』まである。こいつはすごい。
さらにさらに驚きは続く。店内にこの店の女の子を紹介しているチラシが貼られている

のだが、そのノリがまるでアイドルのようなのだ。しかもこの店は自分の店でアダルトビデオ（一般には売られていないようだ）を作っていて、この店のナンバーワンの女の子を主役にしているのだ。で、タイトルが、

『人類股間計画』

だ。このギャグのセンスに頭がクラクラする。

もう、かなりの勢いで脱力していると、何冊かのノートが目に付いた。ちゃんとナンバーが記されている。どうやら客の連絡網みたいなものらしい。後でわかったのだが、このノートを書いただけで帰る客もいるらしい。何のために？　中を読んでみるとまるでパソコン通信か、水道橋（すいどうばし）駅の落書きコーナーの様相である。文章だけでなく、イラストを交じえて楽しく皆で交流している。

「なんでオマエ等、そんなにフレンドリーなんだあァ！」

と思わず叫びそうになるくらい楽しそうだった。これってイチゲンの客が引くんじゃないかと心配になるくらいに。何冊もあるので手に取って見ているとノートの『NO.６』の上に「プリズナー」（注10）と落書きしてあった。

もう、どうでもよくなってしまった。カルチャーショックの連続である。孤独感に襲われる。他人が自分を憎んでいるような気がしてくる。ああ、また病気が始まった。早く家に帰りたい。自分がこの盛り上がりの中に入れないのが悲しくてしかたない。

私が待合室で一人、縦の平行線に包まれながら白黒画面になっていると、入口の方からなにやら談笑する声が聞こえてきた。

さっきの店員と楽しそうに話している。男の声だ。

私は「業者か、取材か、店員」だと思っていた。そうするとその話していた相手は私の隣に座ってしまった。

「客か！」

かつてないほどのスピードで、驚きと彼に

注10／プリズナー
むかし、『プリズナーNO.6』というテレビドラマがあって、内容は……説明すると疲れるのでやめます。

対するツッコミが駆け巡る。
「なんでそんなにフレンドリーでいられるんだあぁァ！」
　と再び心の中で叫ぶ。孤独だった。コミケで迷子になったときより寂しかった。私はここでは異物でしかないのか。友だちを連れてくるんだった、と後悔。自分の全然知らないアニメのファンの集いに参加してしまったような気まずさである。

「ゲーム関係？　お客さんで多いんですよ」

　果てしなく落ち込んでいると、店員が私を呼ぶ。女の子がセッティングできたようだ。救われた。このままだったら孤独の無間地獄に墜ちるところだった。
　女の子を紹介される。指名しなかったわりには可愛い。なかなか店のレベルが高いというのは噂だけでもないらしい。
　彼女は某ギャルゲー（注11）の制服を着ていた。彼女の自己紹介を聞いて名前が気になった。それが何なのかはすぐにわかった。それは現在放映中ではあるがまったく話題にもなっていないアニメの主人公の名前だったのだ（あえて名は隠す）。
「なんでそんなマイナーな源氏名を」と思ったが、それもマニアに受ける理由の一つなのだろうと勝手に納得。
　他の店と同じようにシャワーを浴びる。彼女はやたらと喋る。沈黙が怖いのか、それともこれも接客マニュアルなのか。とにかくこちらの仕事のことなど聞いてくる。私は面倒なので「ゲーム関係」と答える。
　すると彼女は、
「ああ、お客さんで多いんですよ」と。
　そうか。多いのか。
　まぁ、ここで業界人の性生活について調べるのは本題ではないので深追いはせずにさっさと個室に戻る。
　彼女は私の体を見てやたらと腰が細いと褒

注11／某ギャルゲー
　あえて名は秘すが、「やはりこのあたりが最初の客には無難だろう」と店側の配慮を感じさせる選択である。たとえ客がこのゲームを嫌いでも、「制服だからふつうの女子高生」と思って相手ができるし。『S』には『ドラゴンボール』の亀仙人の衣装もあるらしいが、それで性的興奮を得る人がいるなら、かなりの猛者である。

めてくれる。この店だけでなく、風俗の女の子は接客上いろいろ褒めてくれる。まるで柱のフシ穴を褒める落語のようにだ。
で、彼女は私の腰回りを舐めてくる。
思わず、声が出た。個人的なことであるが私はすごく感じやすい。自慢にはならないが自慢できる。そういえば一般人女性の大半はこれで、引く。まぁ、たしかにさっきまで普通に会話していた男が乳首舐められて喘いでいたら気味悪いんだろう。風俗ではどんなに声を出しても表面上はちゃんと相手をしてくれるのでありがたい。
しかし、彼女は私の感じ方が面白かったようで執拗に全身を愛撫してくる。ああ、頭ン中が白くなってくる。結局、呆気なく終わってしまった。
時間がかなり余ってしまったので（情けない）彼女と世間話。彼女もそれほど、アニメなどに詳しくはないようだ。それでも一生懸命になって話を合わせようとしてくる。たぶん、いつもかなり濃い会話を聞かされているんだろうな、と思う。しかも二人きりで。
シャワーを浴びに行く。彼女はシャワーに入ろうとしてコケた。すごい勢いだった。これは間違いなく演技ではない。少し楽しかった。彼女はニコニコしていて可愛かった。こういう女の子に風俗で出会えると嬉しい。でもこの笑顔が真実のものだという保証はどこにもないのだ。
マガイモノの愛情。では真実の愛情が何なのか？　と問われれば私は答えられない。町を歩くカップルが真実の愛情を手に入れていると思うほど、私は純粋ではない。
結局、渋谷の『S』はある種の『オタク』が集う場所だった。私はそれを『現代のナントカ』みたいにステレオタイプにするつもりはない。ただ、そういう場所があるのは事実だ。
行きたい人は行けばいい。ただ、私はあの店は苦手である。それは他の店に通ったりしていたからだろう。

ただ、風俗嬢をアイドル化するのはどうかな、と思う。人に対しては崇拝するのも失礼になる場合があるのではないか。

ちなみに私の風俗嬢との付き合い方は、

「特別扱いしない」

ことである。

それにしても渋谷の彼女は可愛かった。もしかしたらハマるかもしれない。それでしばらくの時間、幸せだと錯覚できるのなら安いものだと思う。

最後に読者の皆さんに言いたいのは、

「巣鴨（すがも）でイイ店見つけたんですよ。性感マッサージなんだけどね」

ということだろうか。

【この講義の読み方】学長・岡田斗司夫

▼「アニメの進化はもう、終わったのか？」　▼『エヴァ』『もののけ』以前から、僕は疑っていた。両作品のメガヒットを目にしても、僕には肯定的要素が見えなかった。新人が出てこない、といった業界の問題や表現の自家中毒という世代の問題。そんなディテールだけでなく、何かもっと大きな「動き」が、この世界では停まってしまったような気がしたのだ。▼僕はこの問題を氷川氏にぶつけてみた。氏は僕のお師匠さんである。いや、全てのオタクの導師であると思って間違いない。「そんなこと、オレは認めないぞ！」というオタクがいるとしたら、そいつはまだ氷川氏の凄さをわかっていないだけなのだ。　▼氷川氏は「終焉と再生」というフレーズで僕の疑問に答えてくれた。　▼果たしてアニメは終わったのか、新しい始まりなのか。それはあなた自身に読んで判断してほしい。

©サンライズ

第一講【アニメ論】

【講師】…氷川竜介

「アニメ新世紀、終焉と再生」

【講師略歴】氷川竜介　ひかわ　りゅうすけ

1958年2月、兵庫県生まれ。月刊OUT創刊2号「宇宙戦艦ヤマト特集」をきっかけに、アニメ・特撮の雑誌、ムック、レコード多数に編集&ライターとして参加。代表的な仕事は、『機動戦士ガンダム　ドラマ編　アムロよ…』『伝説巨神イデオン　ドラマ編』『太陽の牙ダグラム　BGM集』（以上キングレコード）、『機動戦士ガンダムTV版　ストーリーブック1』『劇場版機動戦士ガンダム　アートブック』『機動戦士ガンダム　ポケット百科』（以上講談社）、など。97年に著書『20年目のザンボット3』（太田出版）を刊行。『東大オタク学講座』（岡田斗司夫）では「王立宇宙軍」を含む「エフェクトアニメの進化」を講義経験あり。月刊アニメージュに「世紀末王道秘伝書」を現在連載中。パソコン通信では通称「ロトさん」と呼ばれている。

はじめに

新世紀を目前にして、動乱の時代が始まった。幾多の出来事が偶然と呼ぶにはあまりにもいわくありげに関連し、シンクロして多発した。そこには、時代に区切りをつけようとするムーブメントが読み取れるのではないか。

その大きな流れを自分なりに追って、主観的に総括を試みたい（注1）。

『セーラームーン』終了

1997年3月。テレビで5年間も続いた「美少女戦士セーラームーン」シリーズ（注2）が『同　セーラースターズ』で終了した。

「女の子の変身する戦隊もの」的な設定、おバカで明るいノリ、古典的記号的表現に彩られた安心感のある展開、複数のヒロインから好みのキャラを見つけられる品ぞろえ、間口の広さが、男女問わず同人誌おたく層にも受けた作品だった。巨大ロボットがいなくても、ヒロインによる戦闘さえあればカタルシスの得られることが証明された。この一点とっても90年代を代表する作品だった。

だが、5年の歳月は長く、視聴者の世代交代と飽きには勝てなかった。パワーアップを重ねるたびに新アイデアもルーチン化し、コスチュームは装飾過剰になる一方。「無印」や『R』ではうまく機能していたクライマックスの奇跡——倒れた仲間のコスモがみんな少しずつオラに元気をくれ的「少年ジャンプ＋東映動画」王道も、多用されるうちに意味が少しずつ見失われ、疲れるようにして幕を閉じたのは痛々しかった。

「セーラームーン」がスタートしたとき、主人公が変身して戦う女の子であることなど、「まるで『キューティーハニー』（注3）みたい」と話題になったが、後番組がリメイク版『キューティーハニーF』なのは出来すぎだ。これも時代が一回転したということか。

注1／
本稿は98年6月上旬に書かれたものである。

注2／「美少女戦士セーラームーン」シリーズ
全作品は以下の通り。
92年　美少女戦士セーラームーン
（SD佐藤順一）
93年　美少女戦士セーラームーンR
（SD佐藤順一、幾原邦彦）
94年　美少女戦士セーラームーンS
（SD幾原邦彦）
95年　美少女戦士セーラームーンSuperS
（SD幾原邦彦）
96年　美少女戦士セーラームーン セーラースターズ
（SD五十嵐卓哉）
※SDはシリーズディレクター。各1年ずつ放映された。人気の頂点は、おそらく「R」が劇場映画として公開された93年末と思われる。

注3／『キューティーハニー』
永井豪原作による73年のアニメ。空中元素固定装置により主人公ハニーが変身。変身ブームのさなかに戦うヒロインの原型を作った。変身途中で服が四散して一瞬ヌー

セラムンの遺産『少女革命ウテナ』

『セーラームーンR』のシリーズディレクターをつとめた幾原邦彦監督による『少女革命ウテナ』が入れ替わるように97年4月スタートした。

　変身や悪の組織など、セーラームーンから徹底して戦隊的な要素を排除した『ウテナ』は、寺山修司の演劇で使用された合唱曲（注4）を使用したり、セックスを食べ物に暗喩しながら物語を進行したり、車が斜めに突き刺さった闘技場で宝塚的な軍服調学生服を着た生徒同士が剣を交えるといったケレン味あふれる前衛的な演出が続出。アニメにおける表現への挑戦が感じられ、見ていて気持ち良かった。

「世界を革命する力を！」

　これが『少女革命ウテナ』の決めゼリフ、キーワードである。

　革命とはなにか？　それは世界を変えることである。世界を変えるために必要なことはなんだろうか？　それは、「自分にできないこと」の正体を知ること。正体とは「できる」と思いたいのに思えない心の中の闇である。その暗喩として示されるのが、「世界の果て」だ。「ウテナは、女の子でありながら王子さまになって女の子を救いたい」というのが物語全体で語られていることだ。一見無理に思えるが、「できる」と思ってさえいれば、いつか方法が見つかり、できる。本質がわかれば、誰にだって世界は革命できる。

　この構造がわかれば、「ウテナ」という作品の表現は読み解きやすくなる。しかもその主張は、前向きで単純で、誰にでも受け入れられる真実なのだ。それがシュールな表現様式を心地よいものとしている。これも「セーラームーン」の残した遺産ではないか。

ドになる。子供番組での裸など考えられない時代の衝撃のシーンに、当時の子供たちはみんなドキドキもので見ていた。「キューティーハニーF」は、裸にならないのが違和感あり。それならリメイクして欲しくないもんだ。

注4／寺山修司の演劇で使用された合唱曲
　寺山修司はかつて若者に多大な影響を与えた詩人にして演劇家にして思想家。「ウテナ」の決闘シーンに使用されている合唱曲は、寺山の劇団を継承した「万有引力」のJ．A．シーザーが作曲したものを引用している。

エヴァンゲリオン・フィーバーと「エヴァ本」群の勘違い

アニメファンの好む多様なキャラとガジェット（注5）、興味をひく「謎」で覆い、古典的なロボットアニメの要素を現代的に再生させようとした作品が「新世紀エヴァンゲリオン」だった。

97年2月。前代未聞の記者会見が行なわれた。3月公開予定だった劇場映画『新世紀エヴァンゲリオン DEATH & REBIRTH』が、スケジュールに間に合わず未完のまま公開されるという発表だった。テレビアニメ版は96年3月に最終2回が通常のアニメ的な物語的決着をつけずにテレビ放映を「落とした」形で終えた。未公開部分を初期構想に戻して決着をつけるのが、劇場版の趣旨だった。それが再び「落ちて」しまったのだから、本来なら大事件だ。しかし淡々と春の映画は未完のまま公開され、ヒット（注6）した。もはやそれぐらいではアニメファンは驚かなくなっているのだろうか。

巷（ちまた）にはグッズがあふれ、書店ではいわゆる「エヴァ本」と呼ばれる書籍が1コーナーを作った。エヴァの物語の謎を分析し、用語を事典に整理し、大学教授まで動員してエヴァを語って語って語りつくした。それほど、エヴァには何かを語らせずにはいられない要素があったのだ。

だが、私としてはどこかピントがズレてて遠いものに感じられた。エヴァ本のスタンスが気に入らなかったのだ。

作品をかなたにある絶対のものとして、いもしない「深遠な考えを持つ崇高な神様（作者）」を見つけようとしたり、ありもしない「作者が仕掛けた謎の正解」を探ろうとする本。「著者はどこだ?」と叫びたくなるほど、自分を見失った本（注7）が実に多かった。アニメ業界外の識者（注8）に書かせると、今度は「専門知識をもとにエヴァを読み解く」の

注5／ガジェット
ストレートな訳語は機械部品。この場合はSF用語で、SF的な設定をされたさまざまな小道具・大道具の総称である。『エヴァ』では設定そのもののアイデアもさることながら用語のネーミングがカッコ良かった。たとえば、「汎用人型決戦兵器」とか「S2機関」とか。日本語のカキッとした印象を、うまく物々しさに結び付けて、それまでの舶来カタカナSF用語から一歩踏み出している。

注6／ヒット
CDの特典に前売券がついたり、ポスター等の特典が何種類も出たりしたので、一人で何度も行ったり、チケットを死蔵させている可能性もあるが、それでも『もののけ姫』がなければ超ヒットの類と言える。

注7／自分を見失った本
最初に出たエヴァの謎本は実はマンガ版のものだったとか、後書きを読んだら実は雇われライターだったというグチが書いてあって、その二冊目のタイトルが『くたばれ！エヴァンゲリオン』だったとか……いや、ここまでスゴイと芸になる。

ではなく「エヴァをネタに専門分野の自説を語る」ような、今度は作品不在の論になってしまう文も登場した。

「エヴァ」を一本のアニメとしてフィルムとして扱い、アニメの歴史の中での位置づけを語り、作者を経歴の流れから押さえようとする、ごく当たり前のアプローチの本の方が少なかったのである。

「エヴァンゲリオン」の経済効果は４００億円とも言われた。不景気な世相でひときわ耳目を集めたにもかかわらず、おたく的アプローチに関してあまり踏みこんで触れられていない。つまり、庵野秀明（あんのひであき）監督自身がおたく的なものを出発点に置き、おたくが何に反応するかを熟知してエヴァを作ったからこそヒットしたこと、ニュース種になるのはテレビアニメ35年史とほぼ同い年のおたく世代が産業界、マスコミ界でリーダーシップを取る年代に成長しているのが原因であること。こういった構造に関してもっと議論になって良いのではないか。

流れを見ずに「アニメの技術は進歩した」などと勝手に起きた「自然現象」みたいな言われ方にも腹が立った。庵野監督こそは、その技術を意思を持って「進歩させた」人々の代表選手なのに。

世界へ向けて日本発のアニメ文化とキャラクターをどう発信するか、などと真剣に論じるからには、単発の現象を見ていても駄目である。アニメ史実と発展の流れに沿った基礎的な分析こそが急務なのである。

エヴァンゲリオン・フィナーレ

同年夏、「みたび落ちるかも」という期待を裏切り、『THE END OF EVANGELION』が公開された。第一印象は、「やけに律儀で、その分さめた印象のするフィルム」であった。テレビ版未放映話数である第25話（Ａｉｒ）、第26話（まごころを、君に）の形式で上映したり、

注8／アニメ業界外の識者
ひとくくりにしてしまったが、『聖母エヴァンゲリオン』（小谷真理、マガジンハウス）『ターミナル・エヴァ』（永瀬唯、水声社）などＳＦ界の評には触発されるものも多数あり、これも「質は量によって支えられる」ということなのかもしれない。

『新世紀エヴァンゲリオンGenesis0:12』ＬＤ版（キングレコード株式会社）

オープニングにしかなかったエレメントを映像化して、謎とされていた内容にもいちいち設定的な落としどころを与えていた部分が、律儀な部分の印象を濃くしていた。

実写で映画の劇場の観客を映し出して「これがあなたたちだよ」と見せたり、セルを裏返しにして撮影して「ほらこれがアニメの正体」と提示したりする映像、その辺がさめた印象の原因だ。大ヒットの中で、当事者の庵野監督はアニメファンから返ってくる反応に、満たされないものが相当あったようである。

極めつけは、「庵野死ね」とパソコン通信（注9）の書きこみをクローズアップした数コマしかない映像だった。私はこれに強烈なショックを受けた。それはなぜだろうか？

楽しむためにファンは何をしてきたのか

エヴァンゲリオンには、テレビ版ラスト放映時から、未放映分に関してこういう噂があった。

「綾波（あやなみ）が巨大化して、みんなが取り込まれて、おかあちゃんの中は良いねって言ってひとつになっちゃう話」

その通りだった。

これが何のメタファーかはすぐに判る。人間は、生まれてから死ぬまで常に母なるものから引き裂かれ、孤独であるという満たされない空洞を心の中に抱いている生き物だ。自分以外とは決して永遠に判りあえないからこそ、他人とコミュニケーションを取りたいし、判ったときには嬉しいし、他人と交流してその距離を計ることでしか本当の自分を見つけられない。

自分と他人の境界の判らない人間はどんどん増加している。主語をつけずに話をする。うまくいかないと原因を外に求める。自分の判断力もなく、他人に情報を求め、他人に判断させ、自分を見失いながら生きる。そんな奇妙なひとびと。

注9／パソコン通信
ニフティサーブにはガイナックスの運営するフォーラム（ガイナックス・ステーション）があり、「エヴァ」の会議室も存在する。テレビ版の放映終了時には瞬時にして会議室がパンク（999発言でサイクリックつまり打ち止めになる）したり、是非をめぐって不毛な論争が続いたり、果てしないリアルタイム会議が行なわれたりして盛り上がっていた。庵野監督が映してみせた書き込みの出典は不詳だが、もしかしたら誹謗中傷としてセンター側に削除されたものなのかもしれない。

彼らが求めるのも、自他の境界のない母なる世界なのだろうか？　それがどんなにグロテスクなものか知っているのだろうか？

「巨大綾波は、インターネットみたいだなあ」と漫然と考えたことがある。世界中の人間の意思が、メッセージがつながった世界。

もちろんインターネットは便利なツールだ。私もEメールは大好きだ。

しかし、その限界を知らず、Eメールを送りっぱなしにして、「自分は必要なことを知らせたからいいのだ」と半端なことを考える輩も同時に増えた。読んでいただく相手の都合も考えず、「読むべきなのに！」「読んでいないんですか」と食ってかかる奇妙な思考を持つ人間は実在する。

その理想が「自分と他人の区別がなく面倒なことのない世界」、つまり巨大綾波だとしたら滑稽だ。アニメファンも、あまりにも一方的に訪れる快楽におぼれすぎたのではないか。アニメのスタッフや監督は、自分を楽しませる「べきだ」という、「楽しむ主体」を喪失した愚かな発言は、きょうもインターネットに飛び交う。

楽しむためにあなたは何をしたの？

そんなメッセージが、大写しになった「庵野死ね」という映像というわけだろう。

自分も他人も区別がつかない愚かなアニメファンよ、その理想の世界を見せてやる。自分たちの姿を見るがいい。自分たちの見ているアニメの正体を知るがいい。自らの発言の醜さを見よ！

そのような合わせ鏡的な意図で、破壊され引き裂かれたアニメの姿を見せたのが、あのくだりだ。私としては、それが見れただけで満足だった。

98年早々、庵野監督の新作劇場映画は、実写の『ラブ&ポップ』（注10）だった。

庵野監督は、おたくの待ち望んだ謎ときとひきかえに、おたくへ「現実へ帰れ」と訣別のメッセージを放ち、アニメからいったん離

注10／『ラブ&ポップ』
98年1月公開。村上龍原作の同名の小説を実写映画化。女子高生の援助交際をテーマにした作品で、庵野監督は手持ちのデジタルビデオカメラを駆使した特異な映像を作り上げた。

れることになったのである。

『もののけ姫』で終わった古典的アニメ制作

1997年7月。宮崎駿（みやざきはやお）監督が二年がかりで製作した劇場映画『もののけ姫』が公開された。

『もののけ姫』は、『E.T.』を抜いて日本の映画史上最大の観客動員となった（98年6月で約1300万人……本稿執筆中に『タイタニック』に抜かれた）。日本の人口比で十人に一人以上が見た計算になる。ここまでのヒットは誰もが予想しなかった。

テレビやレンタルビデオで宮崎アニメとスタジオジブリの作品が繰り返し視聴され、安心感のあるブランドになったことや、「宮崎監督引退」「最後の作品」という言説が流れたことも、要因だろう。しかし、それだけではこれだけの数の人が映画を見るモチベーションたり得ない。映画としての気持ちよさ（注11）、カタルシス的なものは、『風の谷のナウシカ』の方が圧倒的に上なのだから。個人的には不可解な現象だった。

やはり作品の中にある時代性が最大の要因なのだろうか。

『もののけ姫』におけるアシタカを取りまく状況は屈折し歪んでいる。その中でアシタカはナウシカほどには毅然とできず、状況に押しながされるように、一見すると矛盾したような行動を示す。対立する者同士も、本質的には悪などではありえないからだ。敵と味方の曖昧（あいまい）性が、主人公アシタカの立場と世界認識と行動規範をどんどん不確実なものにしていく。

シシ神の持つ原初のアニミズムを無反省に信奉し、利便をもたらすタタラ場のような工業や流通と縁を切れ、自然に還（かえ）れ、と言いきるのは簡単だ。だが、アシタカは人として誠実であろうとすればするほどに絡（から）め取られ、立場がフラフラしているようにも見えてしま

注11／映画としての気持ちよさ
映画版の『風の谷のナウシカ』はクライマックスで猛烈に泣ける。王蟲の群れの前に立ちはだかるナウシカが死にいたり、青き衣を着て伝説を体現して復活、という展開のカタルシスは魅力的だ。しかし、それ以後の宮崎アニメではクライマックスはあるものの、大型の盛り上げを避けているようだ。原作「ナウシカ」についても、あえて物語の定番的なカタルシスを避ける方向へ進みながら終わった感がある。

注12／古典的なアニメ制作
ここでいう東映動画とは、テレビアニメ以前に日本で唯一、長編アニメ映画を制作してた時代を指す。宮崎駿の入社した東映動画は、会社としての母体と基盤があり、社員一丸となって、一本の作品を仕上げるやり方を取っていた。宮崎駿は自身のスタジオジブリをその延長でとらえ、外注者の集まり、アウトソーシング的なスタイルではないアニメ制作の母体としていくよう運営している。一方、事前に自身でイメージボードを出し、作画的なものすべてをコントロールしていく作家性の強い作品づくりもまた宮崎流と言えるも

う。緻密な構成の映画前半はともかく、後半は構造も不明確なように見える。
私としては、とても「おもしろい！」と手放しで言うわけにはいかなかった……宮崎監督の理念・力量をもって「こうだ」と言って欲しかったのに、そう言いきれていないもどかしさだけが残った。変化が激しすぎて周囲の状況がよく見えず、とまどうアシタカの姿が、環境に適応しきれず閉塞感を覚えるいまの若者の時代の空気を反映して共感を抱かせたのだろうか。それも私にはよくわからないことだった。
わかるのは、たったひとつの事実。
東映動画の長編映画から宮崎監督が連綿と受け継いできたひとつの古典的なスタイルのアニメ制作（注12）は、これで終わったということだ。
宮崎監督は現在では引退宣言を撤回している。しかし、ストーリーボードから絵コンテ、レイアウトから原画動画まであらゆる絵的な工程をチェックする宮崎スタイルのワンマンな制作手法による大作は、年齢的にも最後ではないか。『もののけ姫』は、『エヴァンゲリオン』と同様に時代への問題提起をしつつ「終わった」というイメージを強く時代に刻みつけた映画だった。

深夜枠のアニメ急増とアニメ誌創刊ラッシュ

『エヴァンゲリオン』『もののけ姫』のヒットでアニメ市場は活性化された。
アニメ製作会社、ビデオ・音楽・出版業界も、権利を取得分配（注13）できる作品を積極的に共同製作するようになった。結果として、深夜枠のテレビアニメが急増する現象が発生した。
商業アニメはスポンサーの支持がなければ製作は不可能だ。テレビアニメ創世記には、食品や製薬会社がスポンサーとしてアニメ製作を支えた。ロボットアニメが流行する70年

のだ。スタジオジブリで『耳をすませば』の監督をした近藤喜文が98年に急逝しており、宮崎流の後継者も苦しい状況と思われる。
とはいえ、ペイント工程をデジタルに移行するなど新時代への対応も先陣を切っている。新生ジブリの活躍にも今後は注目だ。

注13／権利を取得分配
権利を表示する「マルC」を観察してみれば、「＊＊製作委員会」というのが急増していることがわかるだろう。実態は作品によりケース・バイ・ケースだし、ここまで露骨な名前としていない場合もあるが、いくつかの会社が共同出資し、版権収益を管理し分配する母体としての団体が増えていることはすぐに理解できるはずだ。

代中盤からは、合体変形オモチャやプラモデルを売る玩具会社が製作資金を供給した。
ビデオ専用アニメの登場以来、作品そのものが商品という考え方に進化した。放送形態も、デジタル化をふまえて多チャンネル化が進み、コンテンツ不足は深刻なものになりつつある。そこまで見越して作品を確保したほうが、長時間かけて収益が入るようになる。そのためにはまず13本ないしは26本のテレビ放映を行なうのが得策だ。そこで放送局も未開の地、深夜枠でアニメを流すようになった。ギブ&テイクがここに成立したわけだ。
結果として、テレビアニメよりは多少クオリティが高く、ビデオアニメと比較するとやや落ちるというレベルのアニメが増加した。放映が決まらず制作が先行し、アニメ雑誌に報道されてから約1年経過してからお目見え、という作品まで登場した。関西地方のみの放映など地域性まで現れ、どんなアニメが何本放映されて、いつ始まっていつ終わるのか、把握するのも一苦労という事態になっている。
本数の増加にともない、アニメ雑誌も5誌に増加した。従来は徳間書店の「アニメージュ」、学研の「アニメディア」、角川書店の「ニュータイプ」の3誌である。98年5月に新創刊したのは、ソニー・マガジンズの「AX」。もう一誌はメディア・ワークスの「電撃B—magazine」。前者はソニーのマルチメディア戦略の一環であり、後者は模型やフィギュアから出発した「B—CLUB」(バンダイ発行)のリニューアル版である。
毎月10日になると、この5誌がズラリと書店に並ぶ。壮観である。部数・人気的には「ニュータイプ」がリードしており、各誌とも意識した判型や誌面構成を取っている。かつてアニメ雑誌が低迷していた時期、「ニュータイプ」はファッショナブルな誌面センスで新たな読者を開拓していった。いま、その「ニュータイプ」を追撃するアニメ雑誌は、いったいどれで、どのようなことが新しいインパ

クトになるのだろうか。

一方、「動画王」（キネマ旬報）や単行本など、30代以上のアニメファン向け活字中心企画も継続している。出版社の期待は「アニメ世代の岩波新書（または別冊宝島）」の確立だ。だが、ここでもエヴァ本と類似の問題が存在する。過去の雑誌からの2次情報が多かったり、その筆者独自の視点が乏しかったり、ライターの主体性、プロ意識を疑う文章がかなり多い。

読者が求めているのは、散乱した情報の中から「なるほど」と言える筋書きを見出せるような総合的な視点で書かれた文章（注14）なのだ。それには書き手がまず自覚と自信を持つ必要がある。

セル画が消える?·デジタルアニメ時代へ突入

時代を象徴するキーワードは、「デジタル」。アニメ制作にも大きくデジタル技術が導入され、完全な実用的デジタル時代に突入した。

大手の東映動画では、「ゲゲゲの鬼太郎」シリーズ途中より、仕上げ以降の工程をフルデジタル化した。動画と背景までは従来通り手描きで、ペイントと撮影をデジタルにて行なう。セル画は存在しないのだ。かつてマニアの間で高値でセルが取引されたのも、あと数年で伝説となるだろう。21世紀には「手作りの味を出すために、あえて前世紀のセルアニメ手法を使用！」という宣伝文句も登場するのではないか。

デジタル化によるアニメ制作には、いくつか違和感が指摘されている。セルの重ねがなくなり、色がダイレクトにビデオ信号となっているため、異様にクリアだ。止め絵のシーンも、デジタルは「ピタリ」と音がするかと思うほど完全な静止画となる。人間はどうやらフィルムの微妙なブレも認識していたらしい（現在進行形で、これらは解決中だ）。

反面、デジタル化は従来のフィルムでは表

注14／総合的な視点で書かれた文章
例を挙げようとしたが、自分自身含めてなかなか適切なものがない。それだけアニメを取り巻く環境自体が複雑化し、一方で歴史の厚みから壮絶な作品数の蓄積ができてしまい、そう簡単に俯瞰するような作品鑑賞・把握も難しいということなのだろう。ビデオグラムそのものが、あふれ返っているいまこそ、それが必要なのに残念なことである。

現困難だったことを可能としている。モーフィングを使って変形をスムースに描写したり、空間湾曲の表現を波紋フィルタで行なったりして特殊効果の自由度を上げた映像も増加した。特にサンライズ作品では『勇者王ガオガイガー』や『カウボーイ・ビバップ』など、ロボット、SFアニメで多用されている。時間の問題で、透過光（注15）と同様、ありふれた表現になっていくだろう。

コストダウンと、表現枠の拡大という二方向からアニメの質を変えつつある「デジタル」。エフェクトアニメの第一人者、金田伊功（かなだよしのり）（注16）らアニメ関係者がゲーム会社製作のフルCG大作映画（注17）に参加するため海外へ移住する、ということも報じられた。かつて「金田アクション」でアニメに新風を巻き起こした金田が、とかく無機的な感じのするCGアニメの常識を破壊し、デジタルの世界に風穴をあけることを期待している。

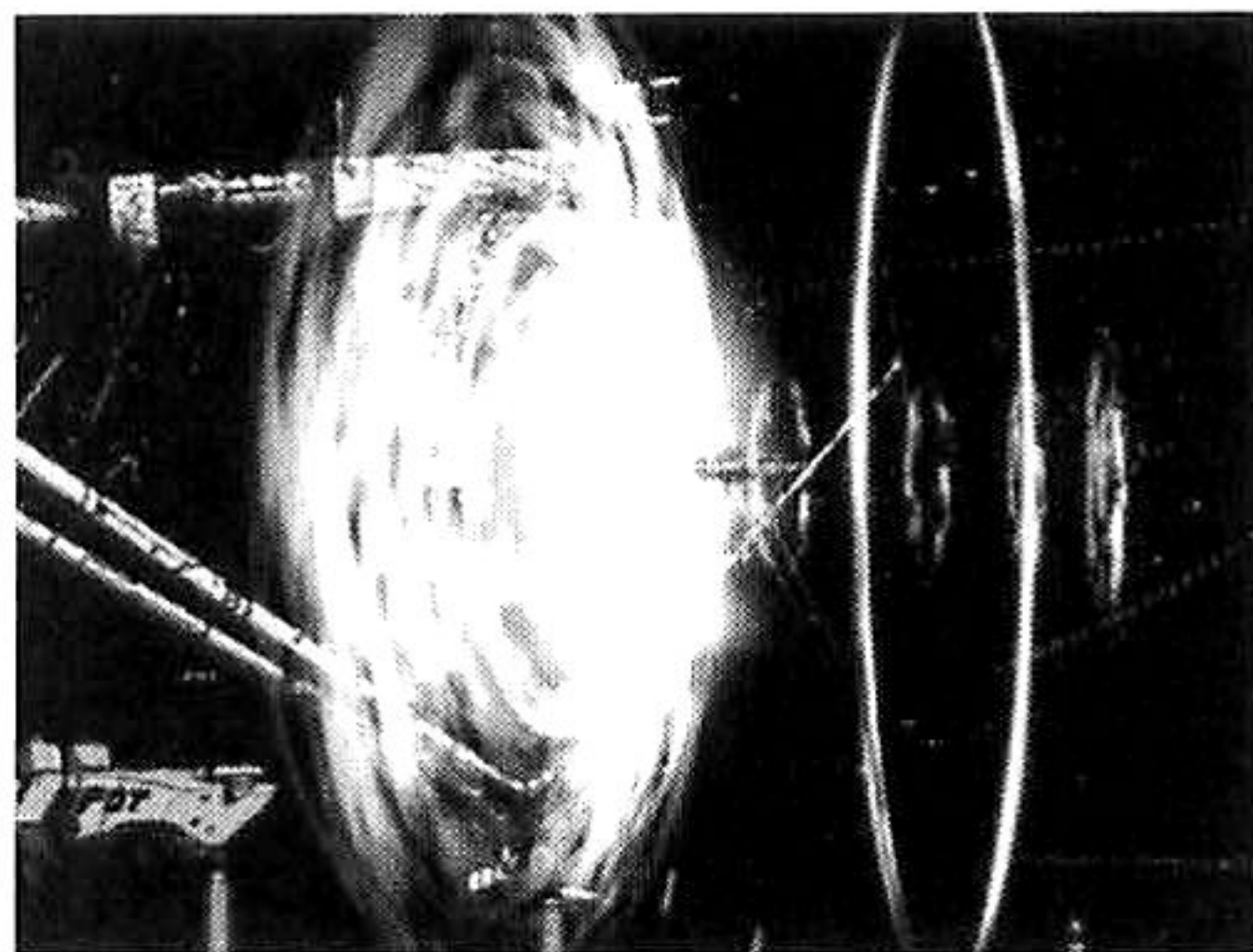
アニメの表現の幅を広げてきたクリエイターがいる。広がった表現で観客層が広がり、さらにゲームなどの隣接ジャンルを生む。そのゲーム会社が、アニメクリエイターを欲してまた全体を拡大させようとしているのだろうか。

新旧の融合、再編成が始まろうとしている。時代の節目がここにも読み取れる。

「アニメの人工性」が露呈された ポケモン事件

1997年最大のヒットキャラクターは、「ポケモン」に登場する「ピカチュウ」。任天堂ゲームボーイ『ポケットモンスター』の液晶で描かれたモンスターの一匹だ。書店に並ぶ、小学館の学年誌の表紙すべてがピカチュウになったときは唖然とした。キャラクターの愛くるしさ、それだけを手がかりに、小学生のアイドルになったという現象が面白い。

いまは少子化が進み、集合住宅でペットも

カウボーイ・ビバップ（©サンライズ）

注15／透過光
セルアニメの通常シーンは反射光で撮影されている。ポケモン事件で問題になったシーンのように、特定の個所を光らせるとき使われるのが「透過光」と呼ばれる撮影技術だ。まず光る部分が露光しないようオスマスクと呼ばれる黒く部分的におおったセルを一枚上に乗せ反射光で撮影。フィルムを巻き戻して今度は光を入れる部分だけ透明に抜けて他が黒い部分になったメスマスクで撮影台の下からライトを当てて透過光で多重露光する。そのため、セルが2

飼えない。兄弟のように、友達のように心を通わせられるピカチュウは、時代のツボにピタリとハマったわけだ。いたるところにピカチュウ商品があふれた。

人気の頂点で、大事件が起きた。97年末、アニメ版の放映で爆発の光が激しく赤と青に明滅するシーンがあった。そのテレビ放映を見ていた子供たち数百人が光過敏症による痙攣で病院へ担ぎ込まれたのである。

原因は1コマおきに赤青の透過光を置き換えて明滅させたこととされている。もともとこのような光をチカチカさせる現象は「フリッカ」と呼ばれ、映画の誕生とともにあった表現である。例えば汽車が衝突する直前に白と黒の明滅するコマを入れて衝撃の演出効果を増す、といった場合だ。だから「ポケモン」でも特に変わった技法として使用されたわけではない（注18）。

その後のテレビアニメには再発防止のため大きく表現上の制約が課せられることになった。激しいカメラワークやカットバックまで規制の対象になって、テレビアニメ三十数年の歴史で発達した技法のいくつかは禁じ手になってしまった。最近のテレビアニメ放映のイントロには「テレビアニメをみるときには、へやをあかるくして、じゅうぶんはなれてみようね！」などとシラけることおびただしいテロップが流れる。

この事件の報道で、アニメの人工性はより強調されてしまったようだ。だが作りものだと知っていても、バーチャルキャラのピカチュウ人気が落ちたわけではなかった。

時代は人工ペットを守る方に動いたのだ。

ガンダム20周年
——ロボットアニメの終焉と再生

1997年夏に、筆者は著書『20年目のザンボット3』（太田出版）を刊行した。

そのときには予想もしなかったことが97年

枚よぶんに必要になり、撮影の手間も二倍。セルを移動しながらだと移動がズレたりして失敗も多くなるし、確実にコストアップとなる。ところが80年前後のSFアニメブームで演出効果を上げる手段として多用されるようになり、ただの背景のメーターでも無意味に光っているようになってしまった。宮崎駿監督はこれを皮肉で「透過光のインフレ」と呼んでいた。

注16／金田伊功
『ゲッターロボG』『無敵超人ザンボット3』の作画でアクション派のアニメーターとして後進に大きな影響を与えた。劇場映画では『銀河鉄道999』『ヤマトよ永遠に』『幻魔大戦』などのスペシャル・エフェクトシーンを担当。アニメにも「特撮」に相当する概念が必要ということを知らしめたパイオニアである。特に「金田パース」と呼ばれる遠近感を強調した画面作りが有名。

注17／フルCG大作映画
スクウェアの超ヒットゲーム「ファイナルファンタジー7」にインサートされたムービーのような作品になるのだろうか。このゲームはかつ

末に起きた。名古屋テレビ枠ロボットアニメ（注19）が『勇者王ガオガイガー』をもって終了したのだ。

サンライズ伝統の『無敵超人ザンボット3』『機動戦士ガンダム』を生んだ時間帯だ。その20年目の終焉は、ロボットアニメの終焉でもある。事件として朝日新聞（中京版夕刊）一面トップにまで報じられた。

アニメ専門月刊誌「アニメージュ」も98年7月号で創刊20周年。

富野由悠季監督作品『機動戦士ガンダム』も99年で20周年。

明らかに「20年」がキーワードになっている。アニメが児童向けのメディアから大人になっても見続ける事ができる文化になってからの「成人式」ということなのだ。反面、アニメのメイン観客層「ティーン」は全員、「ガンダム以後に生まれた世代」という言い方もできる。そんなタイミングで『エヴァ』『もののけ姫』がアニメに一区切りをつけた、という流れになる。

98年春に絶妙のタイミングで、富野監督は「ガンダムシリーズ」ではなくオリジナル新作「ブレンパワード」（注20）を発表した。ＷＯＷＯＷ（注21）での有料テレビ放映である。

デジタル、インターネット時代での衛星有料放送というまったく新しい環境条件は、かつて地方局という一見不利な状況から『ザンボット3』を『ガンダム』を発信し、人気を勝ち取ったときの再来だと富野監督は言いきる。富野監督ですら、この15年は「ガンダム」以外のオリジナル新作が事実上皆無だったという衝撃の事実。だが、時間はめぐり、新世紀を目前に、待ちから攻めにはっきり移行すると、自信を持って言う富野監督。この前向きさ、ひたむきさこそ、もう一度新しい可能性をアニメにもたらす再生への原動力になるのではないか。

て銀幕を飾ったSFアニメ、ロボットアニメに影響されたエフェクトシーンが満載。エネルギーを蓄積して地球ごと怪光線で破壊してしまう召還獣や、怪獣映画もかくやというウエポン出現など、個別には見ごたえある映像を堪能したものだ。だが、一本の連続した映像空間として展開する「映画」としては、まったく別の要素を必要とする。いずれにしても完成が楽しみだ。

注18／特に変わった技法として使用されたわけではない
透過光の解説は注15を参照。ポケモン事件の透過光は、赤と青のフィルタを交互に入れ替える分だけ手間のかかるものではあった。

注19／名古屋テレビ枠ロボットアニメ
全20年の歴史は以下の通り。
77年　無敵超人ザンボット3（※）
78年　無敵鋼人ダイターン3（※）
79年　機動戦士ガンダム（※）
80年　無敵ロボ　トライダーG7
81年　最強ロボ　ダイオージャ
82年　戦闘メカ　ザブングル（※）
83年　聖戦士ダンバイン（※）
84年　重戦機エルガイム（※）
85年　機動戦士Zガンダム（※）

富野監督が見せる「ものをつくる」本質

「ブレンパワード」は、はっきり言えば変なアニメだ。変なことが変として描けていると言った方が正しい。登場する巨大ロボットは、アンチボディと呼ばれるオーガニック・マシンだ。金属でありながら生命を持ち、人間に共感し、共生しようとする。富野監督一流の人間ドラマも健在だ。緊張感のある画面で演技するキャラクターたちに、みずみずしい生命感を感じるのは見ていて気持ち良い。同じ気質のキャラクターが分裂しているような作品とは違う。

　敵側リクレイマーの女性パイロット、カナン・ギモスに注目だ。自らが親にも愛されていないと思いこみ、オルファンを信奉してリクレイマーとして活動するものの、本当の自分でない感覚に煩悶する。カナンが日本の着物を身にまとい、自らの出自と「女性という性」を重ねあうくだりは、ゾクゾクした。

　オープニングは裸体の若手女性キャラクターが総出演で海や火山と絡み、鳥居やピラミッドなどを背景に乱舞するというものだ。女性は生命の象徴だろう。エンディングは、写真家荒木経惟（あらきのぶよし）が撮影した花のアップのスチル写真。荒木がエロチックな写真家であることを考えると、花は「植物の生殖器」という以外の解釈はない。しかもオープニングは本来生命のないセル画が躍動しているのに対し、エンディングでは本来生命のある実写が写真となって静止しているのである。

「人間ってこういうものなのよね」と富野監督の声が聞こえるような気がする。

　作り手の意思がはっきり見えるフィルム。いま必要とされているのは、それだ。

　外見がこぎれいにキチンと作りこまれて、みんなが儲かるようにちょっとずつチマチマといろんな要素が入ってます、というアニメは作り手の顔が見えない。

「仏作って魂入れず」、そんなものを見るのは

86年　機動戦士ガンダムZZ（※）
87年　機甲戦記ドラグナー
88年　鎧伝サムライトルーパー
89年　獣神ライガー
90年　勇者エクスカイザー
91年　太陽の勇者ファイバード
92年　伝説の勇者ダ・ガーン
93年　勇者特急マイトガイン
94年　勇者警察ジェイデッカー
95年　黄金勇者ゴルドラン
96年　勇者指令ダグオン
97年　勇者王ガオガイガー
（※）マークは富野由悠季総監督作品。「鎧伝サムライトルーパー」はロボットアニメではない。

注20／ブレンパワード
「頼まれなくたって、生きてやる！」という激烈なキャッチでスタートした富野監督15年ぶりのオリジナル作品。オーガニック・プレートと呼ばれる謎の円盤から生成される二足歩行型の金属生命体ブレンパワードとグランチャー。地球上すべての生命エネルギーを吸いとって銀河旅行しようとする巨大な物体オルファン、といった壮大な設定をバックに、富野監督らしい細やかな演技の人間模様が描かれる。

時間の無駄だ。
「ものをつくる」ということの本質を、私たちは富野監督から教わった。それは生きている個人の情念をものに乗せて、受け手と真っ正面から向かい合い対話することだ。フィルムを作ることも見ることも、コミュニケーションであり、本質的にセックスと等価なのだ。それがわかって、生理的に快く響く映像が作れる監督は、まだまだ数少ない（注22）。50代後半、普通ならリタイア寸前の年代になってもなお、こんな予断を許さない映像を撮れる富野監督。いったいこの先何をするのか、富野監督に触発されてひと皮むけるクリエイターは誰なのか、先への興味は尽きない。

新世紀への助走

われわれはなぜアニメを見るのだろうか？
答えは単純。気持ち良いからにほかならない。それは、「相互に意思が通じてる」というフィーリングがあってこそ、快感があるということを意味する。
受け手としての意志を、イメージを喚起されるものがあるアニメは、送り手の意思がはっきりしてる作品だ。しかも、現実との関係性でより多くのものを見出せ、現実にフィードバックできるものほど快感度が高い。
私のように、20年前にいちファンとして主体的に行動してアニメをブームに乗せることを経験した人間が、アニメ以外の世界、社会での「ものづくり」の経験値をあげてもう一度アニメを見たとき、OKなのは「ものをつくる」意思の見えるものだけだ。
それだからアニメを見てたんだ、これでいいんだよ、という確かな感覚。それは、かけがえのないものだ。
失われかけたものを、もう一度確かにするため、私たちはもっと言葉を発しなくてはならない。
時間は限られている。

注21／WOWOW
「日本衛星放送株式会社」による有料放送。洋画とスポーツを中心にプログラムを組んでいるが、「新世紀エヴァンゲリオン」春の映画版をソフト化に先駆けて放送するなどアニメにも力を入れている。厳密にはスクランブル・ノンスクランブルがあり、ノンスクランブルの方では「南海奇皇（ネオランガ）」「熱砂の覇王ガンダーラ」を放映中だ。

注22／生理的に快く響く映像が作れる監督
入稿中にビデオ版新作の『ゴルゴ13』を見た。富野監督と同世代、やはり虫プロ出身の出崎統監督による作品。96年の『ブラックジャック』、97年の『白鯨伝説』と思いの丈を画面にぶつける情熱的な作品づくりは健在だ。

新世紀、新ミレニアムへのカウントダウンはもう始まっている。

考えたことはあるだろうか？　あと二年半で、いま見ているアニメは、『鉄腕アトム』だろうが『マジンガーZ』だろうが『セーラームーン』だろうが、全部いっしょくたに「前世紀のアニメ」と呼ばれるようになる、ということを。

その直前に、20年というスパンでアニメの時代が一巡し、円を描いてもどって来た。もう一度、その文脈で読み返しなさい、と言っている。これが時代の意志なのだろう。

それは螺旋のようになっていて、もう1ステージ上へ、新世紀へと向かっていくムーブメントをともなっている円の構造が理解できれば、必然ということがわかる。

前倒しで扉の開き始めたアニメ新世紀。

世界中のだれでもない、自分だけの価値を問われる瞬間はもうすぐそこだ。

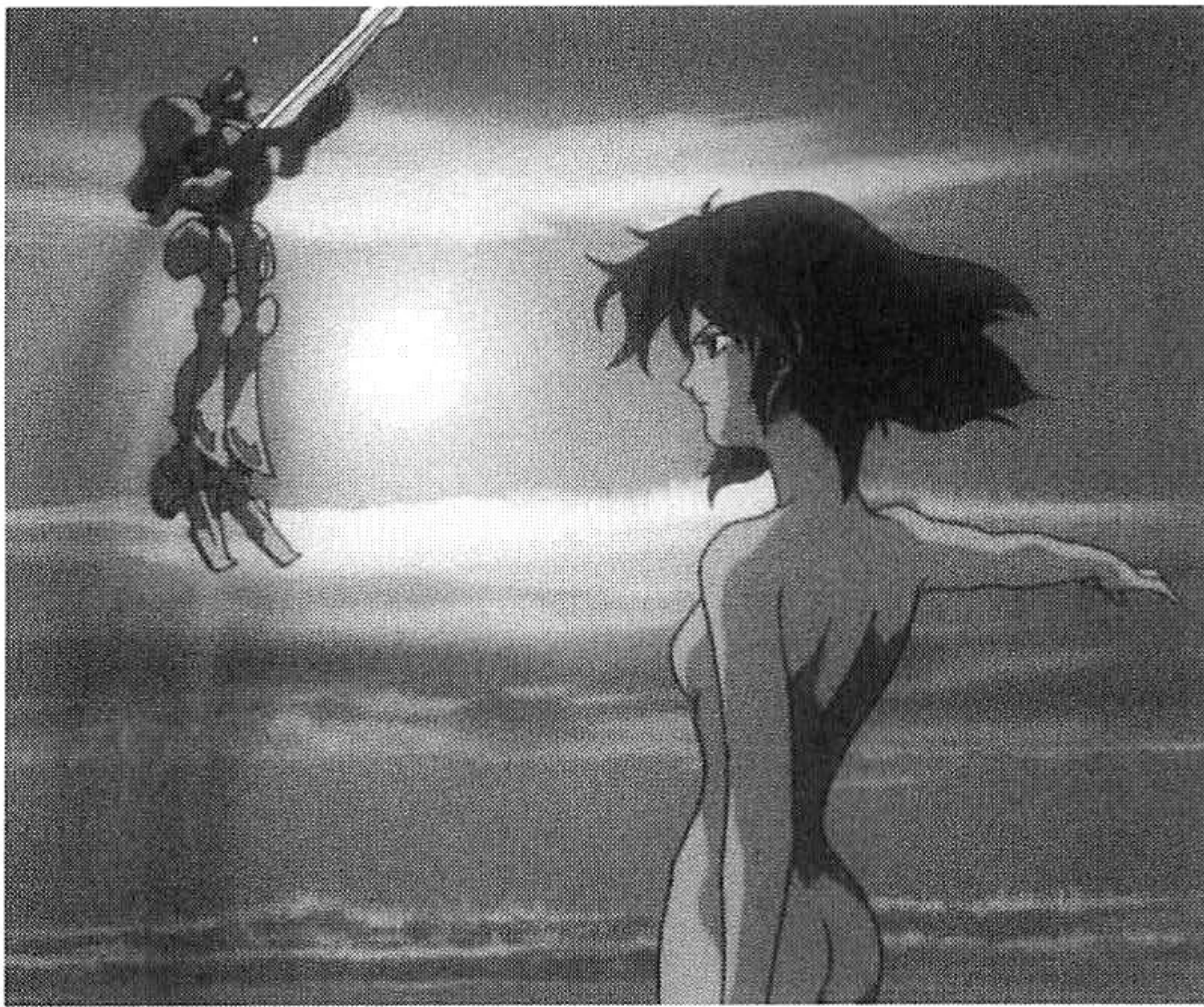
アニメをどうして見ているのか。

あなただけの理由は、はっきりさせていけるだろうか？

そんな作品と出会えるだろうか？

それを決めるのは、あなたの意思だけなのだ。

ブレンパワード（©サンライズ）

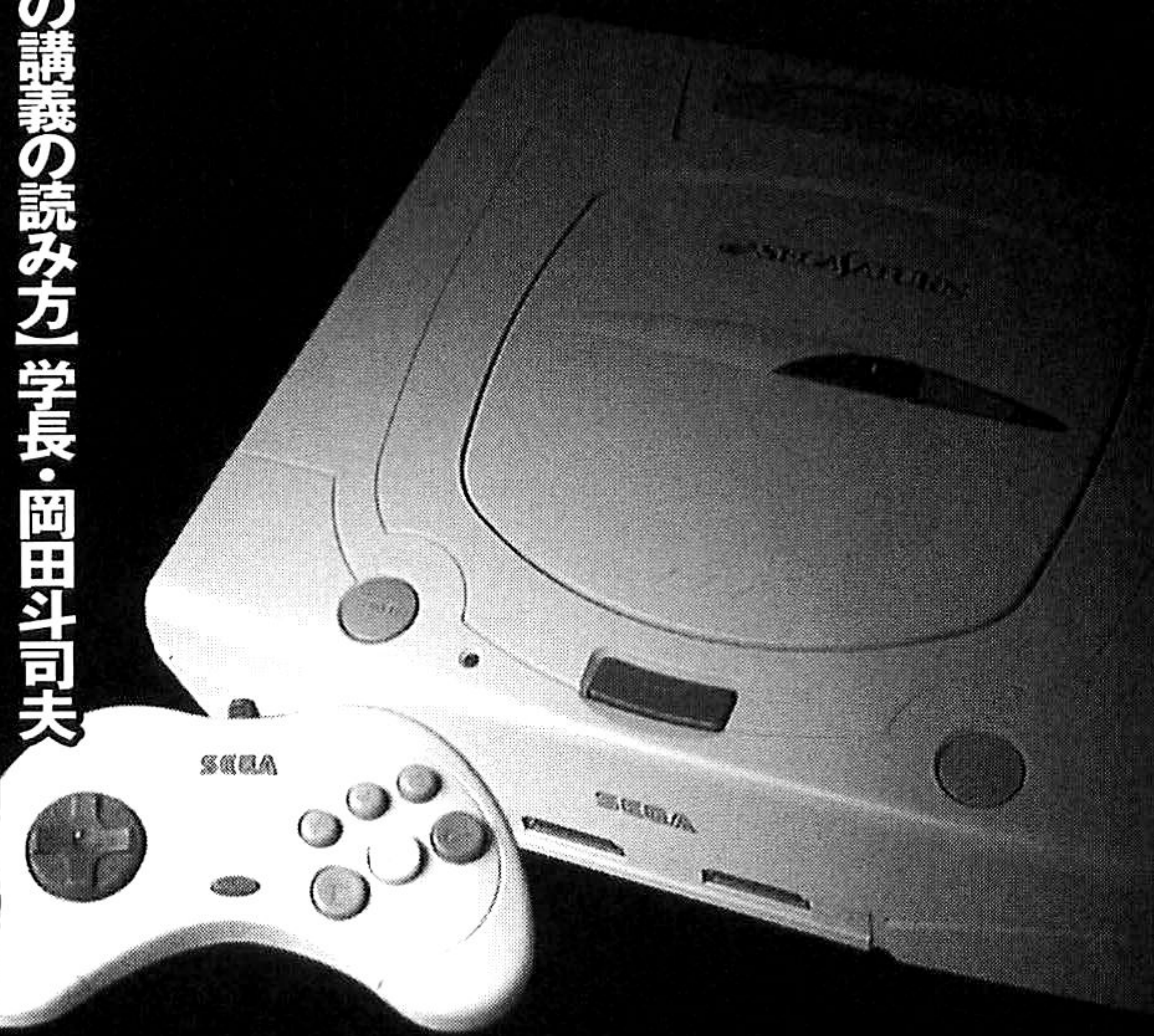
はみ出し作品コーナー

●「PERFECT BLUE」

本文で取り上げそこなったが、今敏監督によるこの映画も、重要な作品だ。大友克洋、江口寿志といった大御所が製作に関係しているわりにあまりアニメ雑誌への露出がない現象と、パルコ等の小劇場でロングランを続け、一般観客の支持を受けている対照的な状況。アニメの専門観客の囲い込みと、大衆から世界への一般化の二極分化という方向性にとって非常にいわくありげな存在である。各国の国際映画祭で賞も多数取っている。

作品は、アイドルから女優へ転身を決意した一人暮らしの女性が、連続殺人事件に巻き込まれていくという、ごく一般映画に近い展開をするのだが、それを貫くテーマが「本当の自分探し」であったり、(トリックにも関係するので書けないが)「もう一人の自分」の描き方が、アニメでなければできない手法を使っているなど、アニメにスレていればいるほど目からウロコの落ちる見どころ満載、必見の映画。

●「南海奇皇(ネオランガ)」

島原三姉妹を「王」と認め、南海から突如、現代東京に侵入してきた巨大な守護神ネオランガ。怪獣にしか見えない巨体が歩けば破壊が起きる。ついに、自衛隊が出動、局地戦となるのか。ランガの責任者としての三姉妹の立場は……という物語。終わりなき日常へ闖入者を入れて、その反応を描くことで現代の持つ病理も状況も逆照射する、といういまや失われつつあるSF的スペキュラティブな作風が嬉しい。

ビデオアニメ全盛期から問題作を放ってきたベテラン脚本家、會川昇入魂の作品といえよう。

【この講義の読み方】学長・岡田斗司夫

▼ゲームに関して、僕は熱心なユーザーとは言えない。ついこの間、また『ドラクエVI』をイチからやり直してるし、『ヨッシーストーリー』とか『マリオカート』とかの一般向けゲームで何年でも楽しめるという薄々野郎だ。▼しかしそんな僕から見ても、最近のゲーム業界はヘンだ。そしてその「ヘン」の中心、台風の目にいるのがSEGAという会社であり、その戦略や新製品であり、それに振り回されるユーザーたちの大騒ぎなのだということはわかった。▼阿部氏は『超クソゲー』（太田出版）という身もフタもないタイトルの単行本で、ゲーム評論業界に殴り込んできた強者である。この疑問をぶつけると、氏は「それはですね…」といきなり語り倒し始めた。▼「ええと、それは原稿で書いて見せて下さい」と僕は小声でお願いした。そんなわけで完成したのが、この講座なのである。歴史とは、このようにして刻まれるものかも知れない。

第二講【ゲーム論】

【講師】…阿部広樹（ABC）

「セガはギャルゲーと、どこへ行くのか」

【講師略歴】阿部　広樹（ABC） あべ　ひろき

名前の出せないワケアリゲームのヘルプばかりやってる企画屋。あ〜んなビッグマウスなクリエイター様や、こ〜んなテンパったゲーム会社エグゼクティブの尻拭いをやって生計を立てる。しかし最近ライターとして変に名が知れてきてしまったのでヤバげです。

――そして我らの愛する者が死んだときには、一人の信者が墓の傍らに立ちあがり、セガの代弁者となって、死んだそのひとが言ったであろうことを、しかし満幅の率直さでもって、いかなる落ち度も匿さずに、また、いかなる美徳も装わずに語ろう。

ときにはその生涯が苦痛に満ちて心穏やかならぬものとみえるかもしれないが、その生が、自らの過ちにもかかわらず、充分に価値あるものであったことを示そう。

ちなみにこれって『エンダーのゲーム』(注1)のリスペクトなんで、そこのところをよろしくお願いします。ゲームばっかりやってないで、たまには小説でも読みましょう。

セガの代弁者

さて、今日私が代弁するのは、セガサターンについてです。

1998年4月、セガサターンは、

『サクラ大戦2~君、死にたもうことなかれ~』
『スーパーロボット大戦F完結編』
『ガングリフォン2』
『機動戦士ガンダム~ギレンの野望~』
『ドラゴンフォース2』

この5つのヒット作を発表し、最後の夏を迎えました。文字通り、最後の盛りの季節を過ごしたのです。滅びゆくゲーム機の運命は盛者必衰の理を現わすがごとく、諸行無常の響きがありますね。

ゲーム機はテクノロジーの申し子であるがゆえに、商品サイクルがだいたい4年程度という宿命を背負っています。日本ではまだまだ2番手の市場を保持していますが、ソニーのプレイステーションの市場占有率6割という現実の前にはもはや大した意味のない数字と見て間違いないでしょう。

そして5月21日、セガは新機種ドリームキャストの制作を発表(注2)するに至り、その

注1/『エンダーのゲーム』
オースン・スコット・カード作、ハヤカワ文庫。筆者のおすすめSF小説。だけどもしハリウッドで映画化されたら、正義の主人公エンダーが悪い昆虫をひたすらブチ殺す昆虫大馬鹿映画になる。心のひだに触れる部分を全部切り落とせば、そういうストーリー。

注2/ドリームキャストの制作を発表
ここでは、解説以前にドリームキャストという名前そのものが発表されたときの、インターネットやパソコン通信での反応のネガティブさだけは書き残しておこう。もう忘れたかもしれないけど、最初はみんなこの名前をカッコ悪いと思ってたのである。思い出したかい?

注3/標準的な日本人の嗜好
標準的な日本人の嗜好とは、80年代後半から90年代前半にかけての週刊少年ジャンプの読者の好みのことである。極論すればドラゴンボールのようなもののこと。
これ以外のすべては、標準的な日本人の嗜好ではないとここでは断言しておこう。
20年後にはアニメ界の写楽として

発売日を11月20日と定めました。
しかし、新世代機が発売されてなお生き残ることができるゲーム機は、日本にはゲーム機の買い替えに消極的な小学生以下や女性に普及しきったスーパーファミコンぐらいしか存在しません。
現在、サターンの主ユーザーは、マニアと呼ばれる人たちです。マニアとはすなわち、ゲーム機の買い替えに積極的な層ですから、後継機であるドリームキャストへの移行は速やかに行なわれ、サターンは市場から早々に、その姿を消すこととなるでしょう。

ギャルゲーとは何か

セガはゲーム機を発表するたびに、最後にはマニアに頼るという歴史を繰り返しています。
サターンの前の機種メガドライブは、海外ゲームもしくは海外向けに制作された、標準的な日本人の嗜好(しこう)（注3）からかけ離れたソフトにその命運を委ねることとなりました。
そして今回のサターンは逆に、記録的な海外市場での惨敗によって日本の"ギャルゲー"と呼ばれるジャンルの作品だけが堅調な売り上げを見せ、頼みの綱となっています。
そもそもギャルゲーとは、かわいい女の子が登場することがセールスポイントになっているゲームのことですが、なぜかアニメ絵の女の子が出てくるもののことだけを指します。
現在、そういう特殊な層にしか訴求しないであろうギャルゲーが、電撃セガサターンやセガサターンマガジン等のサターン系専門誌（注4）を、ある意味ピンク色に賑わせています。
初期には普通にアイドルや女優、さらには声優やそのへんの女の子までもを起用したギャルゲーもたしかに存在しました。しかし今は本物の女性（注5）はアニメ絵に取って代わられています。
これは現在のゲーム機の解像度では繊細な輪郭や瞳のラインが潰れてしまい、非常に汚

アート系の人々の間で間違いなく再評価されるハードコアオタク最右翼の大張正巳や寿司は、むろん行き過ぎているという意味で標準的な日本人の嗜好ではない。

注4／サターン系専門誌
サターンの敗因として、非オタク系の専門誌が路線変更せざるをえなくなったことが大きいのではないだろうか。
筆者はオタクとサブカルは1枚のコインの裏表であり、互いに相克してこそ華であると考えているのだが、これはコインの片側が滅ぶともう一面も遠からず滅ぶという好例に思えてならない。

注5／本物の女性
ゲームは、生身の女性を扱うことが不得意である。
少なくとも現在のゲーム演出の方法論では、満足に実写を扱える段階ではない。
それは『卒業R』『ストリートファイター・リアルバトルオンフィルム』『街』などを初めてプレイしたときに感じる、生理的な違和感という形で表出する。
これは生身の人間に、マンガ的デ

く濃い仕上がりになってしまうため、実写の女の子を写真集のようにかわいく美しく撮ることが非常に困難なためです。

画像の圧縮伸長技術などによる影響も、その傾向に拍車をかけています。

例えばあなたの大好きなアイドルの髪に輝く天使の輪が、べっとりと黒い質感で損なわれてしまう様を想像してみましょう。それだけで美少女半減状態になります。

もとから輪郭線のはっきりとしたアニメ絵の女の子の方が現在のゲーム機の能力ではまだ奇麗に見えるため、そちらが流行ったということです。

もともとアニメ絵の方が好きな人が多かったということも動かし難い事実ですが、ここまで実写ゲームが廃れた理由の一端は、こういう部分にもあったわけです。

さて、現在のサターン市場は、

3月　『P・iaキャロットへようこそ』　他3本

4月　『サクラ大戦2』　他5本

5月　『無人島物語R　ふたりのラブラブ愛ランド』　他4本

6月　『プリンセスメーカー　ゆめみる妖精』　他4本

このように、相当きびしめに判断してもギャルゲー、少なくともアニメ美少女をセールスポイントにしていると思われるゲームを、毎月ファンの手許に届け続けています。

毎月のサターン専門誌の誌面も、これらギャルゲーに大幅に割かれています。乳首の立った巨乳アニメギャルが胸の谷間を強調して、「こりゃ辛抱たまらんわい」（いろんな意味で）といった絵が表紙になっていることもしばしばです。

これでは一般的なゲームプレイヤーはさぞ買いにくいことでしょう。

フォルメを加えた演出を強要するところから始まる齟齬といえる。

ギャルゲーによって蝕（むしば）まれるということ

しかし、なぜこうなったのでしょうか？

かつてPCエンジンというゲーム機が存在しました。

PCエンジンは語るべきことが多いマシンでしたが、結論から述べると、史上初めて登場した、ギャルゲーマシンとしてその生涯を終えたゲーム機との評価に落ち着くでしょう。

その後継機たるPC―FXもまた語るべきところの多いマシンでしたが、結論から述べると、史上初めて登場した、「生まれた瞬間からギャルゲーマシン」であったとの評価に落ち着くでしょう。

そもそもハードウェアの能力が限界に達し、新たな機種でしかそれ以上の表現が望めないという雰囲気が現われたとき、機械の性能をあまり問わないギャルゲー（注6）が幅を利かせるようになってくるものだからです。

そういう意味で、PC―FXは生まれたときから既に老いたマシンだったといえます。

強力なアニメーション機能以外には、性能的にほとんど8ビット機のままというゲームマシンでした。

そのハード構成そのものが、ギャルゲー以外は何も作れなくともよいと雄弁に物語っていたのです。だからこそ、PC―FXもギャルゲー機たらざるを得ませんでした。

後継機としてPC―FXをフォローすべき立場であるはずのPCエンジン専門誌は、発表されたPC―FXのあまりの前評判の悪さに驚きました。パソコン通信などでは、ギャルゲー以外は何も遊べないマシンであることが知れ渡っていたのです。

そこで、編集部員のかなりの人員を新規発売のプレイステーション専門誌に移行せざるをえない事情が発生しました。

その前評判の悪さ通り、あっという間に次世代機戦争といわれた競争から脱落し、その後PC―FX専門誌はギャルゲー専門誌に衣

注6／機械の性能をあまり問わないギャルゲー

これをまともに解説すると、PCエンジンの設計思想や制約、さらには80年後期から90年代頭にかけてのPCエンジン・サードパーティの思惑、さらには当時「国民機」と僭称していたパソコン、PC98シリーズがいかにろくでもなかったかなどという猛毒話へと発展してしまうので、各自20代後半以降のパソコンマニアに昔話を聞くように。

2時間以上の長話になることを覚悟してから。

更えしました。

ギャルゲー逆転現象

PCエンジン専門誌からプレイステーション専門誌を創刊した編集スタッフたちは、当然のようにプレイステーションで発売予定の初期のギャルゲーを大プッシュしました。

当時PCエンジン末期に発売され、伝説とまで呼ばれた超人気ギャルゲー『ときめきメモリアル』（以降『ときメモ』）でギャルゲーの楽しさに目覚めたコアなマニアを大量に引き付けました。

当然彼らはプレイステーションで発売されるギャルゲーを大いに購入しました。

ときめきメモリアルのような甘酸っぱい気分にしてくれるゲームを再び求めていたのです。

その頃サターンにはほとんどギャルゲーと呼べるものがなく（注7）、サターンユーザーはこぞってプレイステーションのことをギャルゲーマシンと呼び、アーケードゲームの移植が強かった「サターンこそ男のゲーム機だ」とうそぶいていました。

しかしサターンに先行すること1年、プレイステーションに『ときメモ』が移植されました。結果、その年のファミ通の読者投票では年間トップという成績を残し、その伝説の名作ぶりが再び証明される形となったのです。

この時にギャルゲーの訴求力を思い知ったのか、セガはパソコンの18歳未満プレイ禁止のアダルトゲームの移植（注8）に柔軟な姿勢を示したり、かと思うとその姿勢を撤回したりして、とにかく当時プレイステーションで爆発中のギャルゲー人気にあやかろうと躍起になっていました。

というのも当時、ソニーは暴力表現と性表現には非常に厳しい態度を示していました。一方18禁ゲームメーカーは是が非でも家庭用ゲーム機でも自社のゲームを発売したいと考えていました。

注7／ギャルゲーと呼べるものがなく
ギャルゲー以外に何かあったかと今冷静に考えれば、『バーチャファイター』以外にろくなゲームがなかった（例：『ワンチャイコネクション』『ゲイルレーサー』）ことに気が付いた。言い換えれば「ギャルゲーすらなかった」であり、これはこれで別の問題に波及する。

注8／アダルトゲームの移植
パソコンゲームの倫理規定と家庭用ゲーム機の倫理規定は、同じ18禁というくくりでもまったく表現の許容度が異なる。これは、規制団体がどういう背景をもとに設立されたかによるところが大きい。
パソコンゲームの場合は、表現がひたすら過激化し逮捕者を続出するまでになり、このままでは政府を敵に回しかねないというレベルまで至ってから初めてアダルトソフトメーカーが集まり独自に倫理規定を設け、業界の自滅を防ぐという意味で設立された。
いっぽう家庭用ゲーム機の場合は、過激化の歴史を踏まえないまま突然パソコンからのアダルトゲームが流入することによるショックとそれに伴うイメージダウンの大きさを嫌っ

パソコンの18禁ゲームメーカーを一定の基準を設けてサードパーティとして取り込めば、より自由な表現を認める自陣営に勝算があると踏んだのでしょう。
　セガと18禁ゲームメーカーの利害は一致すると考えたのです。
　しかしソニーは『ときメモ』人気の次には、任天堂自慢のサードパーティであるスクウェアを超ド級キラータイトル（注9）『ファイナルファンタジー7』（以降『FF7』）ごと手に入れていました。
　マニアではない一般プレイヤーを引き付けるデファクトスタンダード（事実上の標準。つまり市場の覇者）への片道切符を手に入れました。
　もうソニーはギャルゲーを必要としなくなっていたのです。

18禁ソフトで盛り上がったサターン市場

　セガはまたしても後手後手に回ってしまいました。
　そして後手に回ったことに対してほぞを噛んでいたこの頃になってやっと、プレイステーションで発売されていたギャルゲーとパソコンの移植作がぽつぽつと発売されてきました。
　プレイステーションは整備された開発環境（注10）を持ち、ゲームの制作が容易で開発機材も安くつくというメリットがありました。
　そのときにプレイステーションに向けてギャルゲーを発売するような野心的で小回りの利くソフトハウスの取り込みが、この時期になってやっと実を結んだために起こった現象です。
　その小さなソフトハウスが小金をつかんでサターンの開発機材を導入する余裕が出来、性表現に比較的寛大なサターンで勝負をかけようと考えました。彼らの賭けの結果が、ほ

た、アダルトゲーム制作の当事者でないゲーム機メーカーが設立した。
　端的に言えば、互助団体（ヤクザ）と管理組織（警察）の差といえようか。

注9／キラータイトル
　ただの大ヒット作とかそういうもののことではなく、そのゲームのおかげでそのゲームが発売されるゲーム機を買おうかなと多数の人に思わせるゲームのことである。規模は関係なく、ゲーム機を買わせる力を持つゲームのことだけをキラータイトルと呼び、『FF7』は自らがゲーム機の命運を直接左右するほどに超がつくキラータイトルであることを、セガや任天堂というプラットフォーム・ホルダーに嫌というほど知らしめた。
　プレイステーションの『リッジレーサー』や『セガサターン』の『バーチャファイター2』なども充分にキラータイトルと呼べるし、逆にいくらソフトが売れてもサクラ大戦はキラータイトルとは呼べないのである。

注10／整備された開発環境
　既存の家庭用ゲーム機開発ツールに比べて格段に安く、また比較的扱いやすく充実した環境があり、研究期

ぼ1年半遅れのサターンでのギャルゲーブームの始まりだったのです。

プレイステーション陣営ではパソコンの大手18禁ソフトハウスも、いつまでたっても参入を許可しないうえに、出自が18禁であるということで、移植すら認めないためにサターンで開発しようと動きました。

『同級生2』や『To Heart』などはたしかに移植されますが、たとえ同じ会社の作品ですら『下級生』や『雫』などは移植されませんでした。他の知名度が低い18禁作品は無論許可すら下りません。

実際、96年の4月にはエルフから『野々村病院の人々』が発売され、好評とともに好セールスを博しました。

この後エルフとシーズウェアは、18禁アドベンチャーゲームでサターン市場での地位を確立していき、それまではプレイステーションでウォーシミュレーションゲームの『大戦略』などを移植していたOZクラブが『黒の断章』という佳作を発表したりと、18禁ゲームメーカー躍進が続くのですが、これには理由があります。

アドベンチャーゲームの血脈を護った者

日本では、アドベンチャーゲームの系譜（注11）は80年代後期を最後に、一般作の間では完全に途絶し、18禁市場においてほそぼそと生き残っているという状況が95年あたりまで続きました。

ゲームに用いるに足るCGムービーが現われるまでのほぼ5年間の間、アドベンチャーゲームというジャンルは静止画の画像が主体でした。そのようなローテクが許容されるのは18禁市場だけです。ゆえに、アドベンチャーゲームは18禁市場にしか存在できない時代が続いたのです。

その間に、一般ゲームの制作会社ではアドベンチャーゲームの開発ノウハウはほぼ完全に

間を短縮できるなどの意味でも体力のない会社にとって敷居が低かった。

むろん比較対象はそれまでの家庭用ゲーム機とセガサターンである。

注11／アドベンチャーゲームの系譜

アドベンチャーゲームはその構造的に、物語の描写とグラフィックの表現能力が向上しなければならないという宿命を持っていた。

そのうえアドベンチャーゲームはシステムでのごまかしが効かないという特性も持っているため、進化の遅れに非寛容な市場の離反を受けた。

その中でギャルの裸というモチベーションを持たせ、体力を温存させながら適応し、CD－ROM時代まで生き残った会社はアダルトゲーム制作会社だけだったのである。

失われ、たとえ残っていたとしても90年代初頭のままノウハウが完全に停滞していました。

皮肉なことに、当時において時代の要請に応えうる、まともなアドベンチャーゲームを作れるソフトハウス（注12）は、18禁ソフトメーカーにしか残っていませんでした。

しかし、これらのゲームはもともとヌけることを第一とする18禁ゲーム出身であったため、どうしても登場するギャルの絵の質が問われ、メディアでもシナリオよりいかにヌけるシーンが揃っているか、という点に固執した紹介に終始しがちになります。

登場する女性キャラクターも、一部の雑誌を除いて、

「さあ、このゲームで遊べば、このギャルのエロい絵が拝めますよ」

といったセールスポイントの提示しかしておらず、結果としてそのシナリオの質やそのキャラクターの陰影の深さなどよりも、表面的なかわいらしさや乳の大きさ、果てはエロシーンの構図のエグさばかりが過激化するようになりました。

でも、パソコンで良質の18禁ゲームを出していたゲームメーカーのうち、

「うちのゲームはギャルの裸がほとんど出なくても、商品として十分通用する」

と考え、自信を持って家庭用市場に殴り込んできたところには、まだ救いがあったと言えます。

彼らは"日本のアドベンチャーゲームシーンの唯一正統な継承者である"との自負と自信に満ち溢れていたからです。自分たちこそが日本でアドベンチャーゲームを造り続け、進化を蓄積し続けたのだと。

そして自分たちの創り出したシナリオや演出に絶対の自信があったからこそ、家庭用ゲーム機へと参入したのです。

実際自信を持つだけの質もたしかに併せ持っていました。

これらのゲームは、パソコンでアダルトソ

注12／まともなアドベンチャーゲームを作れるソフトハウス
一般作ではリバーヒルソフトやボンドソフトやシンキングラビット、海外ゲーム移植のスタークラフトなどが健闘していた。
しかし、いずれも80年代前半に活躍していたソフトハウスである。

フトをいちいちチェックするほどではないけれど、家庭用ゲーム機においては充分に目の肥えたユーザーを引き付け、堅調な売れ行きを示しました。

オタクの是非をめぐるゲーム誌のスタンス

　プレイステーション出身のギャルゲーを制作していたソフトハウスも、サターンという表現規制の緩やかなハードで更なる勝負をかけようと、どんどん集まってきました。

　プレイステーションは雑誌的にはＰＣエンジン雑誌の編集部の流れを汲む親ギャルゲー的スタンスを取る専門誌もありますが、『ＦＦ７』発表以降市場の流れは完全にデファクトスタンダードを獲得する王道へと向かいました。

　もはやギャルゲーの貢献できる余地はほとんど残っていなかったという側面もあります。

　さて、ここで余談ですが、そもそもプレイステーション系専門誌には立上がり当初から完全に２つの流れがありました。

　一つは「ザ・プレイステーション」（ソフトバンク）や「HYPERプレイステーション」（ソニーマガジン）に代表される、ゲームを生活スタイルのひとつとして捉えようというスタンスを示す専門誌です。サブカルチャー的な匂いの漂うスタイリッシュな非ギャルゲー系専門誌と言えるでしょう。

　もう一つは、先にも述べた「プレイステーションマガジン」（徳間書店）や「電撃プレイステーション」（メディアワークス）といった、ＰＣエンジン系雑誌の編集スタイルの流れを汲むものでしょうか。オタク完全肯定というスタイルを示し、ギャルゲー擁護を前面に打ち出す、オタク系専門誌です。

　まるでゲーム界の「モノ・マガジン」（ワールドフォトプレス）とゲーム界の「Newtype」（角川書店）というような違いがあるこれらの雑誌を見比べれば、とても同じマシンの専門誌だとは思えないぐらい取り上げられている

注13／可処分所得の多いギャルゲーマニア

　ゲームに対して一般より多くの金を使うことを惜しまない人々のこと。

　ゲームよりもゲームキャラクターに絡むグッズを大量に消費し、ゲーム本編を売るよりもグッズ収入がはるかに儲かるという事態を産んだりする。

　この例はあまりにも乱暴だが、例えばあるゲームが10万本売れて1本

作品傾向に違いがありますので是非一度見比べてみてください。

サターン市場の硬直化

『ＦＦ７』が発売１年も前から、その知名度でライトユーザー層を一気に取り込みプレイステーションをデファクトスタンダードの地位へと押し上げている頃、ほぼ横並びだったサターンとプレイステーションの実売台数の差はみるみる開いてゆきました。

　この頃、可処分所得の多いギャルゲーマニア（注13）の取り込みに重点を置き、着実にギャルゲーと18禁移植作が市場に現われ始めていたのとは好対照です。

　ライトユーザーにとって、数多くのマニアックな小品よりも核弾頭級のメガヒットタイトルの方がはるかに訴求力があったという、取り付くシマもない現実が、これで明確すぎるほど明確に白日のもとにさらされました。

　セガはこのとき、サターンの運命を決めてしまったのです。

　家庭用ゲーム機でより自由な……いいえ、言葉を飾るのは止めましょう。

　より過激な表現に走れるサターンは、可処分所得は多いが絶対数の少ないギャルゲーマニアを取り込みました。

　もともと、サターンというよりもセガのマーケットの特徴として、セガマニアと呼ばれるコアユーザー（注14）の存在があります。

　彼らは我らこそセガのシンパなりと言いつつ、セガのゲームか、セカンドパーティ（注15）と呼ばれる、セガが株式を取得しているセガの分社のようなメーカーのタイトルしか買わないという特徴があります。

　ここにきて、セガマニアのマインドの傾向に見られがちな、サードパーティ製ソフトの売れ行きがプレイステーションほど芳しくないという問題に、新しい問題が付け加えられました。

6000円で売っても、ギャルゲーが4万本売れてそのうち1万人が1人あたり3万円分キャラクターグッズを買えば、売り上げ的にはほぼ同じことだといえる。

注14／コアユーザー
　セガマニアの特徴として、セガ発売のゲームとメジャーなアーケード移植ゲームばかり買う傾向がある。
　セガ以外は信用していないという文化が出来上がってしまっているため、今後ドリームキャストではどのようにサードパーティに利益を示すかが勝負の分かれ目となるだろう。

注15／セカンドパーティ
　サターン系ゲーム誌で頻繁に取り上げられ、期待の新作に上がってくるセガ以外のゲームソフトのかなり多くが、セガと何らかの資本関係にある、もしくはあった会社である。データイーストとかトレジャーとかゲームアーツ等については、ゲーム雑誌よりもむしろ経済誌を1年ほど通読すれば大変勉強になるだろう。
　いまどきのゲームオタクは、経済誌ぐらいチェックしておかなければ笑い者にされても文句を言う資格はない。

ギャルゲーや18禁ゲーム以外のサードパーティ製ソフトは堅実なセールスを示すことができないという"市場の硬直性"があらわになってしまったのです。
これはサードパーティの士気を大いに下げました。
ギャルゲーが売れるのは結構なことですが、ギャルゲーしか売れないというのは危険なことです。
ギャルゲーの流行、いやギャルゲーしか売れないという現象は、市場での現役マシンとしてのサターンの寿命を告げる死兆星の輝きでした。
ギャルゲーを表紙にしたときには一時的に売り上げが伸びます。とくにこの時期のサターン専門誌は、サターンのこれ以上のメジャー化はほぼ絶望的だという雰囲気が発生し、マニア重視の編集方針にシフトしたようです。
しかし、浮動票たる非ギャルゲーマニアの一般ユーザーがそのアニメアニメした表紙のおかげでどんどんサターン雑誌を買いにくくなり、マニア以外の顧客をどんどん失い再び市場を狭めるといった悪循環しか産んでいないのが現状です。
そして専門誌は、その悪循環に足を絡めとられました。
マニア誌ではないサターン専門誌は、「グレートサターンZ」のように、若干の路線変更(注16)を強いられることになりました。
そしてこの少し前から、プレイステーション市場ではギャルゲーが徐々に売れなくなっていました。
グラフィックに人気漫画家・園田健一(そのだけんいち)氏を起用した人気シリーズ最新作『スーチーパイアドベンチャー・ドキドキナイトメア』ですら初版分が余りました。
同じように有名なイラストレーター・都築和彦(つづきかずひこ)氏のデザインによる『猫耳少女育成シミュレーション・ひざの上の同居人』なども売り上げ的には惨敗を喫しました。

注16／若干の路線変更
例えば「グレートサターンZ」は、初期は外人モデルを使ってかなりかっこいいゲームコスプレ写真なんかを表紙にしていたが、現在では他誌と同じようなアニメ絵となっている。
そのぶん、一般層には抵抗感が増したがオタクにとっては敷居が下がったということになる。

特に98年以降のＰＳギャルゲーの売り上げは、おおむね2万本を割っています。
　プレイステーションはマニアのためのマシンという状況から脱し、一般にアピールするソフト（注17）しか売れなくなって来たからです。
　結果的に、メジャー志向のプレイステーションと、マイナー志向のサターンという状況がはっきりと現われてしまいました。
　今後、サターンは以前取り扱いを中止した18禁作品を再び解禁するなどの何らかの方策を打ち出しての延命策を講じるかもしれません。そうするのがサターンの寿命を引き伸ばす方策の一つでもあります。
　どうやらサターンは、ＰＣエンジンとその後継機ＰＣ―ＦＸに継ぐギャルゲーマシンとしてその生涯を終えることになりそうです。
　しかし、果たしてセガはそれを望んでいたのでしょうか？

メーカーと消費者を巡る、夢と現実の齟齬

　そもそもゲーム機を買うということは、ある意味、「夢を買う」ということです。
　新発売のゲーム機には、格段に高速化した演算速度や驚異的な画像処理技術という名の、完全に数値化できる新しい夢と希望（注18）がいっぱいに詰まっています。
　だから新しモノ好きなゲームマニアはこぞって高価な新製品を買い、夢を目の当たりにするためにどんどんゲームを買いまくります。
　その夢と希望という混沌が、少しずつ市場の現実やユーザー層の分析結果などという曖昧な現実に変わってゆくのです。
　そして夢や希望という混沌を不安要素としか感じない一般プレイヤーは、安心できる現実を買うために、ある程度勝負の決した時期にゲーム機を買うのです。
　セガはメガドライブでの失敗からそれなりの教訓を得て、少なくとも日本市場において

注17／一般にアピールするソフト
『パラッパラッパー』『クラッシュ・バンディクー』『みんなのゴルフ』『グランツーリスモ』などの、たとえゲームマニアが遊ばなくても一般の人が気楽に楽しめそうなテーマの普遍性を備えたもののこと。
　もっとありていに言えば、テーゼとしての努力・友情・勝利をシステムの根幹にガッチリと取り込んだ、分類条件そのものが少年ジャンプ的な「ＲＰＧ」で凄いのを押さえたマシンが最強のメジャーマシンということになる。

注18／数値化できる新しい夢と希望
　サターン発売時の「64ビット級」とか、ドリームキャストの「128ビット」という宣伝はわかりやすいが、誤解を招く表現でもある。夢とは誤解することだと言い切ってしまえばそれまではあるのだが。
　というか誤解を招くことを望んでそのような表現にしているのではと勘ぐりたくなったりする筆者は被害妄想なのだろうか？

はサターンは大いに健闘しました。しかしある一点において、メガドライブとまったく同じ敗北を繰り返しています。

初期にはマニア的閉塞から脱却しようと熱望しながら、最後はマニアに頼らざるをえなかったという敗北です。

セガは今回のサターンの末路から、そしてプレイステーションの成功からデファクトスタンダードへの道を学ぶことができたのでしょうか?

今回もまた、今度こそ市場の覇者たらんという意気込みは認められます。

しかしセガなりにサターンを反省して展開するらしいドリームキャストは、発売後半年はギャルゲーを発売させない制限を設ける、という噂を聞きました。

メガドライブとサターンの教訓は残るの?

初期こそマニアを確実に押さえ(注19)、しかるのちに余裕のある市場を背景に一般層への浸透を図るという方策を取ったのがプレイステーションでした。

いきなり一般層に買ってくれ買ってくれと言い、結局方向性が見えていないので一般市場で売れず、結果、マニア重視の策を取らざるをえないというパターンを経たのはメガドライブとサターンでした。

もしそれが本当なのであれば、セガはまた意気込みだけが先走り、結局何も学習していない可能性があります。しかしそれがどのような結果を招くのか、セガの代弁者たる私がいま語るべきことではありません。

ドリームキャストの代弁を行なう日が一日でも遠く、そしてその語るべき内容が穏やかであることを祈りつつ、今日を死にゆくサターンの代弁を終わります。

注19/初期こそマニアを確実に押さえ
最初はプレイステーションの方がはるかにマニアックなマシンと呼ばれていたことを、ほとんどのユーザーは覚えてはいないだろう。
このように、本として書き留めておかないと失われてしまう今というものが存在する。だから、このような記事にも時代を経て残る可能性があり、20年後に誰かが何らかの資料として手に取るかもしれないからこそこの文章は存在するのである。

第三講【フィギュア論】

「美少女フィギュア黎明期」

【講師】…あさのまさひこ（フリーライター）＋秋山徹郎（ゲームデザイナー／プランナー）

Text by Masahiko Asano

【この講義の読み方】学長・岡田斗司夫

▼模型界、とりわけプラモデルではなく自分でイチから造形するガレージキット業界は、孤高の職人の世界である。その技術力や対象を捉える視点はすさまじく、すでに国際的なアートシーンで評価されるポテンシャルを充分に持っている。▼しかし職人の世界、というのは同時に「言葉の少ない世界」ということだ。▼「口を動かすより手を動かせ」▼今まで模型誌はその優れた技術を写真で紹介し、「あとは皆さんがこの商品を入手してください」と、評価することを逃げてきた。しかし、この世界にいま何より必要なのは、クリエイターたちが何に挑戦し、それをどう評価するか、という「ことば」なのだ。「ことば」なくしては、彼らの行為が「ヒットするアニメやゲームの二次商品化」という位置にいつまでも貶められているだけなのだから。▼月刊誌モデルグラフィックスは、この世界に初めて批評性・言論性を持ち込んだ。この講義は98年6月号に掲載された「美少女フィギュアクロニクル」からの転載である。ちょっとばかし80年代サブカル臭い用語を含めて、堪能していただきたい。

美少女フィギュアの「あけぼの」

あさの　今、世間はまさしく世紀末的な美少女フィギュアブームのただなかにあるわけだけれど、たかだか15年程度の歴史しか存在しないジャンルであるのに、この業界にはその15年間をきちんと文脈立てて整理できているような文献がほとんど存在していない。たまにそういう記事を見かけても、「美少女フィギュアの発祥は海洋堂」（注1）だとか、完全な誤認が史実としてまかり通ってしまっているわけで。

秋山　ぼくの感覚からすれば、ボーメさん（注2）とかが出てきたのはかなりあとになってからなんだけどね。ぼくのあとに、伊藤（宏之）くんやあさのくんが出てきて、そのさらに一世代ぐらいあとというか。

あさの　いや、実際にはそうなんだけど。だからこの場の目的としては、まず、ここでいったんそうした歴史的文脈をきちんと正しておきたいというのがあって。

あと、それ以前の問題として、秋山さんに登場してもらったことへの意味という部分。現状のブームの構成員というのは、すでに〝秋山徹郎〟という存在の名前すら知らないと思うんだよ。さらにいうならば、名前や作品を覚えているような20代後半から30代以上の人間は、秋山徹郎のこ

注1／海洋堂
ガレージキットを語る際には絶対に避けて通ることのできない、「ガレージキット業界の歴史そのもの」とでも称すべき老舗ガレージキットメーカー。そもそもは大阪府門真市に位置する体育館規模の巨大な模型小売店であったが、80年代初頭からガレージキットの開発・販売に着手、「こんなん作っても売れるわけないやん！」的アイテムを「作りたいから作る」的イデオロギーのもとに展開し、独自の作風やスタイルを早々に確立。近年はフィギュア関連物のトップメーカーとして名高いが、恐竜モデルをニューヨークの自然史博物館に〝ミュージアムアイテム〟として納品するような一面も持ち合わせている。現在、門真市の旧店舗は本社としてのみ機能しているが、心斎橋と秋葉原に直営のギャラリーショップ〝ホビーロビー〟が存在する。

注2／ボーメさん
美少女フィギュアファンならその名を知らぬ者はいない、海洋堂の名物（社員）原型師。その造形センスは抜群のしなやかさと一貫した流れのあるやわらかさを兼ね備え、また、独特のセクシャリティーを有する。85年のデビュー以降、美少女フィギュアシーンにおいてつねに第一線を走りつづけ、ついには98年1月、ニューヨーク・SOHOのアートギャラリー〝フィーチャーーNC（インク）〟にてコンテンポラリーアート界デビューを飾っている。ちなみにボーメなる名称の元ネタは、本人のいでたち「帽子とメガネ着用」に由来する。

注3／タミヤの1／35人形改造コンテスト
日本が誇る世界最高峰の模型メーカー、タミヤの主催する伝統的なモデルコンペティション。「同社製品の1／35ミリタリー（軍人）フィギュアをベースに使用する」ことだけが明確

とを完璧に誤解しているわけで。

秋山　誤解？　どういうふうに？

あさの　ただ単に「フィギュアが下手だった男」としてしか認識していない。

秋山　あははははは！（爆笑）

あさの　けもの道すら存在しなかったシーンを開拓し、たったひとりで舗装路状態まで持っていったのが秋山徹郎だったわけで。その行動力や戦略性が「なかったこと」とされているのは忍びないなあ、と。ま、たしかにフィギュアは下手だったけど。

秋山　よけいなお世話だっつーの（笑）。

あさの　じゃあ、まずは聞き役に徹しようと思うんだけど……、そもそも秋山徹郎は、なにゆえ美少女フィギュアなどという酔狂なものを作りはじめるに至ったの？

秋山　うん。最初は、タミヤの1／35人形改造コンテスト（注3）へ投稿したりしていたんだよね。その後、『ホビージャパン』誌上で小田雅弘氏（注4）たちがガンダムをフルスクラッチビルド（注5）しているのを見て、かなりのショックを受けて。

あさの　そのへんは、年齢相応のベタな模型的文脈だね。

なルールで、それを造形パテなどで改造することにより、実在の有名人や時事ネタ、映画のワンシーンなどを再現、自由な発想での造形を競い合う。ただし、最近ではほとんどの参加者が暗黙の了解のうちにミリタリーフィギュアを芯にしておらず、ルールの形骸化がはなはだしい。また、ガレージキット原型師が花形的地位を確立した現在、「一文の得にもならないフィギュア造形に興味はない」というあからさまな姿勢を示す者が続出、イベントとしての規模は年々縮小されつつある。80年代初頭にはあの鳥山明が毎回のように参加、上位入賞を成し遂げていたのももはや伝説か。

注4／小田雅弘
81～82年にピークを極めた『機動戦士ガンダム』のプラスチックモデルブーム、いわゆる"ガンプラ"ブーム時に『ホビージャパン』や『コミックボンボン』『模型情報』誌上などにて活躍。花形スター的存在であった著名モデラー。そもそもは航空機などのスケールモデルを得意とし、その幅広い知識とセンス、技術をガンプラに転用、ただ単に市販モデルを説明図どおりに組むことしかできなかった当時の少年たちから羨望のまなざしを浴びた。

注5／フルスクラッチビルド
その名のとおり、何も存在しないゼロの状態から立体物を造形する行為。近年では、これをこなせる技量の人間はほぼ必ずその造形物をシリコーンゴムにて型取りレジンキャストにて複製、ガレージキット即売会などにて販売するため、「フルスクラッチビルド作品＝ガレージキット原型」といってもあながち間違いではない。

秋山　そうそう。じゃあ、なんでそこから美少女フィギュアに入っていったかというと——その当時、ロボットでないキャラクター模型というとほとんど特撮系しかなかったんだよ。ぼくは特撮プロップを模造することには興味がなかったし、逆にいえば、そこに「アニメのキャラクターを立体化すればウケるはずだ」という読みが働いた。そうして何体か作っていくうちに、ある人物から「雑誌で仕事をしてみないか？」と声がかかって……たしか、イデオンのキッチ・キッチンあたりじゃないかな、商業誌に掲載された「仕事として作った美少女フィギュア」の最初は。

あさの　なるほど。じゃあその当時、自分の作品が1点増えるごとにシーンが如実に反応して拡大していく状況に対し、なんというか——大袈裟にいえば「天地を創造していく」ような、神々しい気分を感じていたんじゃない？

秋山　う〜ん、神々しいというか、オピニオンリーダー的なニュアンスだね。そのオピニオンという部分に関しては、実際、かなり意識していたし実感もしていた。

あと、仕事で美少女フィギュアを作りはじめたころにはすでに同じようなものを作る人がまわりにもぼちぼち出はじめていたんだけど、当時の自分にとってラッキーだったのは、少なくともその時点では、あきら

かにぼくのほうが上手かったことだよね。そういう面で失望とか挫折を味わうことがなかったから、オピニオンリーダー的意識がより増大していったというか。

あさの　……そうなんだよ。すっかり忘れていたけど、その時点では秋山徹郎が日本でいちばん上手かったんだよ、間違いなく！　雑誌メディアを通してメジャー活動する人のなかではね。

秋山　だから心情的には「とにかくオレに作らせろ！」みたいな。こんなこと言うと、ぶっとばされそうだけど（笑）。

あさの　秋山さんが美少女フィギュアを作りはじめてから同じようにぼくが作りはじめるまでの時間的な開きって、おそらく1～2年の違いだと思うんだけど、でも、その時期はおそろしい勢いでシーンが変化していたよね。ぼく自身、秋山さんの作風を消化してから作りはじめたわけだから、ある意味、すでに第二世代なわけで。

秋山　ただね、あさのくんとか伊藤くんが出てきたことは純粋にうれしかったね。「仲間が増える」という感じで。

あさの　かわいい発言だな（笑）。

秋山　"ＯＦＦ"（注6）を結成したのはそういう理由だったからね、情報交換の意味も含めて。まあ、自分と同じことをやっている人間と話をし

注6／ＯＦＦ（オフ）
秋山徹郎をリーダーとする関東圏を拠点としたフィギュアモデラー集団の名称で、伊藤宏之、千草巽、越智信善、武民津秋、岩佐泰洋、筆者（あさの）らが所属する。結成は、まだ"原型師"という職種が誕生する以前の83年。本文中にもあるように「技術向上と情報交換」を第一の目的とし、当時、まだ海のものとも山のものともつかなかった型取り／注型素材の使い勝手や特性をメンバー全員で徹底的に解析、『ＯＦＦ ＷＯＲＫＢＯＯＫ』（写真）という形で自費出版し好評を博す（かつて岡田斗司夫がプロデューサーを務めていたことでも知られる大阪のSF系グッズ&ガレージキットショップ"ゼネラルプロダクツ"を中心に、模型店直販ルートで累計1万部以上を売り切る）。また、85年にワンダーフェスティバル（後述）が開催されるようになってからはディーラーとしても参加。基本的には個人メーカーの集合体としての活動だったが、87～88年には最後の徒花（？）として、最初で最後のＯＦＦブランド製フィギュアキットを3種リリースしている。なお、正式名称は"Original Figure Factory（オリジナルフィギュアファクトリー）"。現在は主だった活動こそ行なっていないものの、いっこうに解散表明をしない「クレイジーキャッツ状態」にある（新年会だけはいまだしつこく継続中）。

『OFF WORKBOOK 3 1/2』

てみたかったし、個人でやるよりグループで活動したほうが強い部分もあったから。メンバー集めもコミケ会場をまわって、そういうものを売っている人に声をかけて自分で集めたし。

あさの　ＯＦＦを作るにあたって何か別の理由、たとえば「自分がトップであることを守るために徒弟制度を敷いてしまおう」とか、そういう目的はなかったんだ？

秋山　ないない。……それ、やっておけばよかったんだけどねえ（笑）。

美少女フィギュア「大航海時代」

あさの　そのころの出版関係における美少女フィギュアの位置づけって、だいたいどんな感じだったの？

秋山　まあ、特別反応がよかったわけでも悪かったわけでもないというか……やっぱりメインは圧倒的にロボットものであって、その横に置くオマケとしての認識しかなかった。だから、模型業界という非常に狭い範囲の中でも、美少女フィギュアが占める割合はもう「点」のようなもので。

あさの　とすると、その認識が劇的なまでに変容した瞬間は覚えてる？

秋山　う〜ん、どうだったかな……。

注7／『模型情報』
80年代初頭より刊行された、バンダイによる模型関連情報専門誌（創刊時の名称は『クロスオーバー』だったが、創刊後早々に『模型情報』とその名を改めた。また、同誌は事実上、『B-CLUB』の前身にも相当する）。基本的には自社製品のプロモーションを中心とした構成であったが、アニメーションや特撮番組の制作現場、一流モデラー、イラストレーターなどとバンダイとをつなぐターミナルとしても機能し、同誌面をきっかけとして多数の企画が商品化への道程をたどっている。本文中にあるミンキーモモのキット化への一件は多分にプロパガンダ的要素が色濃かったものの、"ジャンボフィギュア"というジャンルへのアプローチが業界内で最も早かったメディアのひとつである。

秋山が製作した1/12ミンキーモモが掲載された誌面

あさの　ぼくは、『模型情報』(注7)に秋山さんの作ったフルスクラッチビルドのミンキーモモが掲載されて、その反響の大きさから1／12のインジェクションキット化が決まったあたりだと思うんだけど。だから、83年ぐらい?

秋山　まあ、単純に、仕事上ナメられなくなったね、あのあたりから。「所詮、人形作ってるヤツだろう」と言われていたのが、"フィギュアモデラー"という言い方をしてもらえるようになりはじめた。

ただし、周囲の認識が完全に変化したのはツクダホビーの一連のアレ(注8)じゃない? よくも悪くもさ(笑)。どういう形態にしろ、マスプロダクツメーカーが美少女フィギュア単体をメイン商品として続々と流通に乗せはじめたわけで。

あさの　そういえば、バンダイが1／24ダンバインのオマケに秋山徹郎原型製作のチャム・ファウをつけた(注9)のも、ちょうどそのあたりと同時期だったよね。

秋山　あのころは、加速的にそういう要素がメジャー化していったころだから——だからね、今となっては非常におこがましいんだけど「この先、この業界はオレが作っていく!」と確信していたね(笑)。

で、まず何をしたかというと、とにかく「認知」させようと。べつに

注8／ツクダホビーの一連のアレ
84～86年のあいだ、驚異的なペースでリリースされ続けた"ジャンボフィギュア"シリーズのこと。スケールは1／6、硬質塩化ビニール的な素材の「ムク」で成形されており、接着や加工に困難を要した。なお、後年には1／12の"ジャンボフィギュアジュニア"が登場、「……ジャンボなジュニアって何?」と話題をふりまく。

注9／秋山徹郎原型製作のチャム・ファウ
たとえオマケといえども、大手マスプロダクツメーカーのインジェクションプラスチックキットが"美少女フィギュア原型師"という個人の意匠やバリューを「戦略」として利用した初めてのケーススタディ(ただし、それが公的に謳われたのは『模型情報』誌上のみで、商品自体にはクレジットされていない)。

金型製作までに数々の行程を要したため、原型が有する「味」の部分は無味無臭化されてしまっている。もっとも、当時はこれでも充分に感動的だったのだ

世間一般の人たちに対してではなくて、模型を趣味としている人たちに認知させたいというのがあった。その次は、大手マスプロダクツメーカーなどに所属している、自分よりも年上の人たちに認知させるよう努力した。そうなってくれれば、ある程度商売の芽というのが出てくるんじゃないか、というね。アニメーション関連のマーチャンダイジングはそのときすでに確立されていたわけだから、それに付随する存在である美少女フィギュアも、そうしたシステムさえ成立させてしまえば、間違いなくニーズが拡大していくという確信は抱いていたから。

あさの　個人単位でパーマネントな版権を取得したのも、たしか、秋山さんの『幻夢戦記レダ』が最初だったでしょ。

秋山　ああ、「個人」ということではそうかもしれない。それ以前にも『模型情報』を通じてウイングマンの版権を下ろしてもらったことがあったけど(注10)、あれは完全に加藤さん(注11)におまかせ状態で、証紙を手配してもらっただけだから。

あさの　「個人で版権元にかけあった」というのも、今冷静に考えると蛮勇だよね。

秋山　そうだね。先方は〝ガレージキット〟というものの存在すら知らなかったわけだから、そのつど、「ガレージキットとはなんぞや」みたいな

注10／ウイングマンの版権を下ろして……
『模型情報』での誌上通信販売をファーストプライオリティーとする」という限定枠こそ設けられたものの、秋山氏はごく個人的に製作した〝ウイングマン&あおい〟(ご存じ、桂正和原作の人気コミックキャラクター)2アイテムの正式な販売権利をバンダイ通しで手配され、実際、かなりの個数を個人ブランド名義で小売店に流通させた。まさに、ガレージキット創世記ならではのエピソードである。

注11／加藤さん
当時バンダイ静岡工場に所属していた『模型情報』初代編集長、加藤智氏。初期の模型情報が有していた革新的な空気感はまさに氏のカラーであり、美少女フィギュアを今日のスタンスまで押し上げた陰の功労者といえる。

部分をゼロから全部説明して。それでも結局はきちんと理解できない版権元がほとんどで、「まあ、いいんじゃない？」という感じか、もしくは門前払いで。

あさの　裏を返せば、版権元はその意味すら理解できないわけだから、版権など取得しなくても平気といえば平気だった。なのに、なぜ秋山徹郎はその段階から版権取得にこだわりつづけたわけ？　知的所有権に対する自覚が人一倍大きかった、とか？

秋山　いや、そういう部分は人並みだったけれど、「インチキはまずいな」と。いくら手広くやって成功したところで、それが不法状態のものでは業界自体が伸びなくなっちゃうからね。

あさの　ああ、それはもうほんとに、よくも悪くもオピニオンリーダー的な意識が高い思考だよね。

秋山　「よくも悪くも」、って（笑）。やはり先駆者であった以上、そのへんは自覚的にならざるをえなかったし。

あさの　あと、注型（生産）業者も唐突に開拓してきたでしょ。日本アイム（注12）だったっけ？　あれは、R・C・ベルグ（注13）が立ち上がるよりも先だったよね。

秋山　いや、ベルグのほうが若干先だったような記憶があるな。

注12／日本アイム
基本的にガレージキット業界とは無縁の存在だったが、秋山氏からのレジンキャスト注型依頼を「仕事として」引き受けてくれた業者。成形品の精度は当時としては驚異的だったが、利益率が悪かったのか、数度の依頼ののちに丁重なおことわりの連絡が入ったそうだ。

注13／R・C・ベルグ
ガレージキットが躍進する環境を作り上げた立役者。遠心注型機、真空脱泡機などの専用機器を早期導入、商売を超越した次元で業界の底上げを手伝ってきた、レジンキャスト注型業者のパイオニアである。所在地は静岡県幸町。

あさの　ま、基本的には同時期だと。日本アイムの存在はどうやって知ったの？

秋山　あれはたしか……土筆レジン（注14）から紹介してもらったのかな？

あさの　土筆レジンと仕事的な繋がりがあったんだ。

秋山　いや、ないよ、全然。いきなり電話して聞き出したんだと思う。

あさの　うわ～、無茶するなあ！

秋山　まあ、若かったしさ（笑）。

あさの　いや、でもね、いつの時代も歴史を変えるのは、そういう、ある意味無鉄砲な行動力だよね、ほんとに。

K・PIEROショックの「波紋」

あさの　秋山さんにとっての美少女フィギュアは「方法論」であったわけだけど、80年代も中盤ぐらいになると、キャラクターに対する強い情念があらわになった造形がメインストリームに流れ込んできたでしょ。「疑似恋愛的造形」というか。

秋山　それでいうと、ぼくが最初にそれを感じたのは越智さん（注15）のラムだったなあ。「オレはこれが好きだから作るんだ、それ以外は目もく

注14／土筆レジン
ポリエステルパテなどの造形素材や、レジンキャスト&ウレタンゴムなどの型取り／注型素材の取り扱いをはじめ、ラッコやカモノハシなどの唐突なレジンキットを販売していたことなどでも知られる模型材料系メーカー。

注15／越智さん
注6でも触れたが、越智信善氏もOFFのメンバーのひとり。氏が原型を製作したホビーショップむげん製1／12ミムジィ・ラース（『超時空世紀オーガス』）は、美少女フィギュア創世記最大のヒット商品となった。なお余談だが、同氏が『ホビージャパン』誌上にて発表したラムは「銃を握っている手の指が6本あった」ことでも一部に有名（読者から指摘が入るまで、誰もその事実に気付かなかったというオチ付き）。

れない」というのを見て、自分との違いを感じたね。

あさの　そうした造形の登場に対し、なんというか——そう、恐怖感みたいなものは感じなかった？

秋山　それはなかった。それもあくまで分派のひとつだと思っていたから。

あさの　じゃあ、秋山徹郎が最初に衝撃を受けたような美少女フィギュア造形って、どのあたりになるのかな。

秋山　ずいぶんあとの話だけど、K・PIERO氏（注16）だよね。

あさの　そんなにあとじゃないでしょ。

秋山　ぼくの中ではずいぶんあとの話なんだよ（笑）。彼の作品には、「ヤバイ、勝てない」と思わせるものがあった。実際それが引き金になって、ぼくはこの業界からいなくなったんだと思う（注17）。

……あのさ、こんなこと言うと越智さんには怒られるかもしれないけど、当時、ぼく自身は越智さんには勝てると思ってたんだ。発表されていた作品的には越智さんのほうが上だったけど、これは技術的な模倣や方法論次第で凌駕できる領域にあると判断していた。ただ、PIERO氏に対してはそう思えなかったという。

あさの　何がそこまで決定的に違っていたんだろう？

秋山　う～ん、理解できなかったからじゃないかな、「作り」そのもの

注16／K・PIERO
美少女フィギュアシーンには85年くらいから本格参入、「使える」美少女フィギュアの発信元となった北九州在住のベテラン原型師。現在の美少女フィギュアにおける造型面でのスタンダードは、氏の作風が基盤となっているといっても過言ではない（さらにその源流をさかのぼると、80年代初頭の☆☆☆〈みほし〉氏の作風に行き着く）。厳密な骨格よりも肉のやわらかさを前面に押し立てた体のライン、やや幼児顔的に額から上を重く処理した頭部など、氏の作風には見事なまでにそのテの人々の前立腺を刺激する〝ツボ〟が多数含まれていた。

注17／この業界からいなくなった……
美少女フィギュアシーンから去った秋山氏は、今、いったい何をやっているのか？　じつは、97年に全世界を席巻したあの『たまごっち』（バンダイ）の制作を担当したプランナーこそ、何を隠そう何も隠さず秋山徹郎その人なのである（同氏が携わったのは『天使っちのたまごっち』『森で発見たまごっち』まで。その後、氏の関与せぬ範疇で無数に続編が誕生している）。当初は制作者のクレジットが外部に流通していなかったため筆者もその事実を知らなかったのだが、ヒロスエのグラビア目的で購入した『ヤングジャンプ』誌上の記事で

が。それまでの人が作ったものは寸分たがわぬ感じでコピー造形できたんだけど、彼の作品に関しては、ほおからあごにかけてのラインや唇の質感などが、あきらかにぼくの資質からかけ離れていて……まさしく、このあいだあさのくんが"美少女フィギュア原型師トップ10"（注18）の中で書いていたとおりのことだよ。

あさの　じゃあPIEROさんが出てきたことによって、当初思い描いていた未来予想図に揺らぎが生じたわけだよね。

秋山　うん。……いや、でもね、そのころすでに「美少女フィギュアというジャンル自体が力をつけてきているな」という実感があって、吹けば飛ぶような状態ではなくなった手応えも感じていたわけ。その結果、そうした基盤が完成したからこそPIEROさんのような人が出てきたとも思ったし、そういう意味では、ぼくはぼくの果たした役割に対し自負を持っていたな。「もう大丈夫だ」という達成感と「もう勝てない」という敗北感、その両方があって。

あさの　それ、いい話だなあ。でも、だとすると、秋山さんは相当早い段階で「自分の時代は終わった」みたいなことを意識したことにならない？

秋山　そうだね。実際にはその後もけっこういろいろと作ったりしていたけれど、すでにそのころは業界のリーダー的感覚は抱いていなかった。

それを知り、思わずびっくり仰天状態（たしかに、言われてみれば同氏の芸風や思考が凝縮されたような製品ではある）。ちなみに造形も趣味として継続しており、一昨年、左の写真のような創作系可動人形を完成させている（洋服もミシンを駆使して自分で縫った、とのこと）。おせじ抜きでこれまたびっくりの上手さ、じつは造形の才能もひそかにプラス成長していたのだ！

この『たまごっち』は秋山所有の私物だが、自分でオリジナルペイントを施したカスタムメイド仕様となっているのが泣かせる（笑）。創作系人形は、モノクロ写真だとその妖しい雰囲気が全然伝わらなくて少々残念

注18／美少女フィギュア原型師トップ10
月刊『モデルグラフィックス』98年2月号（Vol．159）巻頭特集『美少女フィギュアシンドローム』内にて展開された、筆者の企画・構成による記事。サブカルチャー方面から「美少女フィギュア造形の世界に初めて真摯な批評を持ち込んだ」と好反響を呼ぶも、模型業界の保守派層からは「模型は趣味の延長上に位置するものなのだから、そこに批評やランク付

自分の気持ちの中では、とっくに引退していたわけだよね。

あさの　う〜ん、感動的な話ですらあるね（笑）。ちなみに、白井武志（注19）、ボーメといった、海洋堂系の造形に対してはどう思っていた？

秋山　そうだなあ……、とにかく最初のころに関西から出てきたものに関しては、「どう考えてもオレのほうが上手い」というのがあって。まあ、その後あっという間に技術が上がって、とんでもないものが出てくるようになったけど。

あさの　でも、ぼくも自分が作るのをやめるまでのあいだ、自分の作品が海洋堂系の美少女フィギュアに対し劣っているなんて考えたことは一度もなかったな。

秋山　あさのくんの場合、誰と比べても劣っているなんて思わなかっただろ（笑）。

あさの　え〜、そうかなあ？

秋山　「そうかなあ？」じゃないよ（笑）、「絶対にオレがいちばんだ！」という。自分の中で納得がいかない作品に関しては、絶対に人目に触れさせなかったし。

あさの　いや、でもね、「美少女フィギュア造形のすべての点においてオレがいちばん上手い」なんて思ったことは一度たりともなかったよ、マ

けを持ち込むべきではない」とのお約束的ご意見をいただく。ちなみにガレージキットフィギュア専門誌『レプリカント』第2号では同特集をほぼそのままパクった記事がまるまる40ページにわたり掲載されているが、いちおうオリジンはこちらなので、お間違いのないように。

注19／白井武志
安良ひろちか、今池芳章らとともに、初期海洋堂の作風を確立させた立て役者のひとり。現在、原型師としては第一線を離れたものの、企画室課長として海洋堂の全商品をプロデュースする立場にある。また、『週刊ファミ通』の表紙における松下進キャラクターの造形だけは、今なお継続中。

今見られると自殺したくなる筆者の造形作品

ジで。たとえば、基礎デッサンでは伊藤くんにかなわなかったし、表現力みたいな部分では海洋堂の足元にも及ばなかった。ただ、「自分の得意な部分を突出させたり、不得手な部分を覆い隠したりする」というトータルコーディネイトとして造形物を見せていくときに、そういう部分を完璧にマネージメントしていける自信があったということだよね。まあ……、おめでたい思考かもしれないけど（笑）。

秋山　いや、実際、負けていなかったとは思う。だから、作品や商品として「人の目に触れたときにどうなるか？」というギミックの部分まで問い詰めたのは、あさのくんが最初だよね。ただ単に自分の技術力を見せることに終始していて、そんなところまで考えられる人はいなかった。今でもそういう人ってほとんどいないと思うし。

あさの　でも、今のPIEROさんの話はすごくドラスティックで、なんとなくうらやましくすら思うね。

秋山　じゃあ逆に聞くけど、あさのくんはどうしてフィギュアを作ることをやめちゃったの？

あさの　ん〜……、美少女フィギュアをどんなに上手く作れても、フィギュア造形という手段では自己のアイデンティティが保てなくなってしまった、というか——理屈っぽくいえばね。

秋山　つまり、そもそも表現者としての自分があり、当時は表現手段として美少女フィギュア造形を選択していたけれど、時間経過とともにその手段では自己が表現できなくなってしまった、ということ？

あさの　そうそう、そういうこと。

秋山　それっていうのは、もう、見事なまでに「卒業」したということだよね。

あさの　うん。何を作っていたときかなあ……自分の中ではかなり満足いってメチャクチャ盛り上がってたんだけど、でも、たとえば他人が作った同アイテムとそれを並べたとき、模型オタク以外の人が見れば五十歩百歩状態にしか見えないであろう事実に気づいて愕然としてさ。ワンダーフェスティバル（注20）みたいな「場」の登場により技術が平均的に向上してきて、シーンからひとりだけポーンと抜け出すことが難しくなってきた。で、「この先、僅差で競り勝つことを続けられても、絶対的な差をもって相手を下すことはできないなあ」と思いはじめた瞬間に終わったね。もう、成長曲線が右下がりになった瞬間に終わる終わる。典型的な自意識過剰（笑）。

注20／ワンダーフェスティバル
毎年1月と8月に開催される、参加ディーラー数1000弱、入場者数2万人を記録する日本最大規模のガレージキット即売会（様相的には、すでに"複合的造形イベント"と呼んだほうがその実像に近い）。そもそもはゼネラルプロダクツの発案・主催により85年よりスタートを切ったが、92年より主催者が海洋堂に移行、現在に至る。いうならば"造形物版コミケ"だが、コミケとの最大の違いは、会場内で販売されている商品のそのすべてが「正式な版権取得物である（ただし、同日／同会場内でのみ販売が可能）」という点にある。この、通称「当日版権システム」の確立が、今日におけるガレージキットの大盛況を生むきっかけとなった。

オピニオンリーダーの意義と意味

秋山　でもほんとに、あさのくんはあっという間だったよね、作りはじめてから「やめた」って言いだすまで。作品数もすごく少ないんじゃない？

あさの　うん。6～7点ぐらいかな。

秋山　そんなに簡単にリタイアしちゃった人間に、美少女フィギュアの歴史を語らせる資格なし！（笑）

あさの　いや、そのとおりです（笑）。

秋山　そうそう、最近の原型単価って、いったいどれぐらいになってるの？

あさの　まあ「ピンきり」だけど、トップクラスの原型師だと純粋なガレージキットでも1／6クラスで50～60万円は取れるらしいよ（注21）。ロイヤリティー方式も一部で成立しはじめたし、大手マスプロダクツメーカーや広告代理店が絡めば、それこそ年収1000万円台も夢じゃない。

秋山　それはいいことだよね、純粋に。ぼくが当時思い描いていた未来予想図よりも、はるかによくなっている。

あさの　当時の単価って覚えてる？

秋山　う～ん……というか、ごく初期のころは「メーカーが原型を発注する」という概念自体が存在しなかったでしょ。自分で作って自分で売

注21／1／6クラスで50～60万円は……
この話にウソいつわりはないが、それこそ「ピンきり」であることは忘れないでほしい。造形の対象となるモチーフがマイナーアイテムであったり、ガレージキット即売会当日のみしか販売できないような状況であれば、支払われる料金が低めに設定される場合も多い。また、デザイン画の複雑さ具合などが原型製作費に反映されるケースもある。つまり同じような原型製作であっても、その料金は3～100万円ぐらいまで平気で変化しうる可能性があるのだ。

ることがすべてだったから、あとはせいぜい持込み原型（注22）ぐらいで。正式な形でゼロから外注を使いはじめたのは、ムサシヤ（注23）が最初だったと思うな。

あさの　ああ、そうか。たしかムサシヤは１／12で１体10万円ぐらいだったよね。

秋山　そう、１体10万円。

あさの　「え〜、フィギュアの原型を作るだけで10万円も貰えるの⁉」とか、当時はすごく盛り上がったよね、内輪で。ただし、その後の相場は確実に10万円台の時代が延々続いたと思うんだよ。

秋山　うん。伊藤くんからその後の話を聞いていても、ほとんどそんな感じだった。

あさの　物価の上昇率と比較すると、実質的な向上がないままほぼ10年経過したことになる。だから——まあ、「ｉｆ」の話になっちゃうけど、秋山さんがこの業界に残っていれば、そうした冷遇はもっと早い段階で解決されていたと思うんだよね。自分では作らなくていいから、プロデューサーとして立ち回ってくれていれば。

秋山　ああ、仮に残っていれば、そういう問題に関してはまっこうから対峙していたとは思う。ただし時期尚早すぎて、逆にたたかれてしまっ

注22／持込み原型
モデラーが個人的に造形した原型を、ショップ、もしくはガレージキットメーカーに持ち込み、それが正規商品として採用されるような形式。近年ではあまり例を見ないスタイルだが、その昔は純粋な小売店であったコトブキヤなどは、これの積み重ねでガレージキットメーカーへと発展していった。かつて筆者が個人的に造形した１／14キリコ・キュービー（『装甲騎兵ボトムズ』）も、このスタイルを活用し、ラーク（現ウェーブ）から商品化された過去を持つ。

注23／ムサシヤ
大阪府岸和田市に位置するガレージキットメーカー。そもそもは文房具店兼模型店からスタートし、ゼネラルプロダクツ、海洋堂らに続く形でガレージキット界に参入、「関西の造形カルチャーがアツかった時代」の一端を担う。コアユーザーには、雑誌広告内における「ウチの商品が絶対に日本でイチバンでっせー！」大連発（それも毎月。←苦笑）で有名。

た可能性もあるから……だからそのへんは「ｉｆ」だね、完全に。

あさの うん。ただね、いまのシーンからあきらかに欠落しているもの、それがかつての秋山さんのようなオピニオンリーダー的存在だと思うんだ。原型師が「美少女フィギュアは芸術だ」と主張しているだけでは何も変わらないし、業界のトップクラスならトップクラスなりの「責任」をまっとうしていかないと、ブームにおんぶにだっこ状態では今後、先細るだけだし。まあ……、これはそれを生業として「食べていく」当事者たちの問題だから、こういうのはただ単に無責任発言なんだけどね。

ちなみにさ、現在のこの狂気沙汰の美少女フィギュアブームを客観的な立場から眺めていて、率直なところどう思う？

秋山 勝ったなあ、って。

あさの 勝った？　何に対し!?

秋山 その～、オピニオンリーダーとして……だから、「オレが作った業界がここまで成長した！」みたいな（笑）。

あさの ああ、そういうことか。最高のアンサーだね（笑）。

秋山 いやいや、こういうこと言ってると、ほんとにボコボコにされちゃうって（笑）。ん～――でもね、純粋にそう思っているよ。やったなあ、ってね。

あさの　うん。でも、それと相反する感情として、「オレが基礎を築いたのに、今その場に自分がいないという事実がくやしい」みたいな嫉妬心はないんだ？

秋山　あ、そういうのは全然ない。

あさの　それは、今現在の自分の表現活動に対してある程度満足できているからなんだろうね。表現者としてリタイアし、日陰者の生活を送っていたら、一生コンプレックスを引きずっていくことになりかねなかったわけじゃない。

秋山　なるほど、そういうふうに考えたことはなかったけれど、たしかにそれはそうかもしれないね。

美少女フィギュアの「セックス」

あさの　あと、最後に聞いておきたいのがやっぱり〝セックス〟の部分かな。当時からわりと不思議に思っていたのが、秋山さんの美少女フィギュアに対する「距離感」なんだよ。「結局、なんだかんだいってオマ○コものでで自己表現している」というような自虐的な意識であったり、美少女フィギュア関係者以外の業界人に対する劣等感みたいなもの、そうい

う部分が近くにいてもあまり感じられなかったんだけど。

秋山　あのね……、ぼく自身は、そういう感情は終始なかったんだ。

あさの　終始なかった!?

秋山　うん、ぼくよりあとに続いてくる人たちっていうのは、きっとそういう葛藤が存在したであろうことはある程度想像がつくんだけどね。でも、ぼくの中ではね、たとえば「ミンキーモモをオレが作った！　どこにも売っていないし、しかも似ている！」ということに対する高揚、そういう気持ちのほうが大きくて。だから、仮に他者から冷ややかな視線が注がれていたとしても、高揚感がそのすべてを覆い隠してしまってまったく気にならなかった。

あさの　それは特殊なスタンスだなあ。ぼくなんかは、モロにそうした二律背反的要素への葛藤に明け暮れていたもの。

秋山　そういう負い目を理解できたのは、この業界から足を洗ったずっとあとの話だね。今から5年ぐらい前、専門のショップができたというので足を運んでみたら、造形としてはみんなすごく腕が上がっていたけれど、「……でも、これはやっぱり一般的には恥ずかしい嗜好かも」と遅まきながらに痛感して（笑）。

あさの　あはは（笑）、よくも悪くもそこでようやく更生したわけだ。じ

ャあ、もっと直な話でいうと、その造形の対象となった美少女キャラクターや、もしくは自分の造形したフィギュアに対し、セックスの部分で欲情しなかった?

秋山　しなかったね。

あさの　やっぱりそうなんだ。

秋山　でもね、「だからオレの造形はダメだったんじゃないか?」って、最近はそう思う。つまり、ぼくは越智さんのラムを見た時点で大々的なショックを受けなかったのがまずかったんだよね、たぶん。

あさの　ああ、なるほど。でも、たとえそこでショックを受けたからといって、その対象物に対し欲情できるようになるわけじゃないでしょ。「好き」とかっていう感情は自分でコントロールできるものではないから、努力によってそこに欲情を生むのは不可能だよね(笑)。――だけどね、ま、そういうような話は、今でも20代のあいだでは延々と議論されてるよ。「心の底から愛してないヤツが造形したものは、ひと目見ただけでわかる!」とかさ。わかんないわかんない(笑)。

秋山　あははは(笑)。

あさの　それに、美少女キャラクターを溺愛できたところで、それが造形にプラスとして反映される保証はどこにもないけどね(笑)。結局のと

ころ、最終的には個人個人の造形的な資質の問題だからさ。
でも、そういう意味ではぼくのほうが美少女フィギュアに対する「業」は深いな、秋山さんの千倍以上も。ぼくなんかはそれこそ生身の女のコと二次元のヒロインを等価に考えられるようになった最初の世代だから、美少女フィギュアというのは決定的に「セックスコンプレックスの象徴」でもあるわけ。そういうものが爆発的な勢いで市民権を得つつある現状に対し、「キモチいいなあ」と思う反面、「……テメエの性的嗜好を公然とさらけ出すことに対し、照れや葛藤がなくなってどうすんだよ!?」とも思っちゃうよね（笑）。

第三講の扉に使用した写真は、すべて秋山徹郎の手による作品群（82～86年ぐらいにかけてのもの）。
撮影／インタニア（人物撮影／小野正志）
協力／月刊モデルグラフィックス
（原稿初出／月刊モデルグラフィックス98年6月号『美少女フィギュアクロニクル』より）

【講師略歴】

秋山徹郎 あきやま　てつお（写真右）

1963年生まれ、東京都出身。ゲームデザイナー、プランナー。武蔵工業大学在学時から美少女フィギュア造形に手を染め同シーンの基礎を築き、87年までは多数の模型関連雑誌において活躍。88年からはトイ、コンピュータゲーム関連の企画・制作に活動の場を移し、脚注にもあるように、"たまごっち"（バンダイ）などを手がけた実績を持つ。現在はEGG　co.の代表として、コンシューマ機（某PS）用のゲームソフトを制作中。

あさのまさひこ あさの　まさひこ（写真左）

1965年生まれ、東京都出身。フリーライター、模型文化ライター、自称"5人目のSPEED"（島袋のスーパーサブ）。御茶の水美術専門学校在学時から雑誌／書籍の編集に携わり、卒業後、ズルズルとこの道の住人となる。現在は模型関連のほか、音楽、TV関連メディア、モータースポーツなどの売文業（&インタビュアー）を生業とするが、最近は、オタク関連の仕事依頼ばかりが激増しているのが悩みといえば悩み？

「美少女フィギュアクロニクル」～誕生と発展の「文脈的年代記」

年表作成／あさのまさひこ

（文中敬称略）

'81

【一九八一】▼**バンダイ**が"**キャラコレ**"と題して『**機動戦士ガンダム**』のキャラクター6種を1／20でインジェクションプラスチックキット化、なかでも**セイラ・マス**が突出した人気を誇る。それを物語るかのようにシリーズ第2弾は女性キャラクター2種（ララァ、イセリナ）となり、しかもその2点に関しては、スカートのなかを空洞とする通称"**空（から）スカート**"形式が採用された。完成するとまったく見えなくなる下着を意識的にモールドした決定的事実を考慮し、これを「日本における美少女フィギュアという概念の発祥」と考えたい

'82

【一九八二】▼『コミックボンボン』『模型情報』などを通じ、元祖"アニメ系美少女フィギュア専門セミプロモデラー"**秋山徹郎**が頭角を現わす ▼**バンダイ**が1／12で『**うる星やつら**』のラム4種をインジェクションプラスチックキット化、そのうちの1点"**ハイスクール・ラムちゃん**"がさまざまな意味において話題を席巻する（名称からも想像がつくようにセーラー服姿で、別パーツのスカート装着以前は下着のモールドがあらわ。ただしキットの出来自体は、当時の目で見ても及第点には及ばないものであった）。この商品を通し、美少女フィギュアにおける"セックス的要素"に開眼した人間も数多かったが、その反面、頭の固いミリタリー系のスケールモデラーたちは「模型全体が好奇の目で見られるのは迷惑」と過剰反応する一面も ▼『ファンロード』の読者投稿作品コーナーにて☆☆☆（**みほし**）の手による『**うる星やつら**』シリーズが続々と発表され、その圧倒的なクオリティーに全国のモデラーが固唾を飲む

'83

【一九八三】▼またも**バンダイ**が1／12で『**魔法のプリンセス ミンキーモモ**』をインジェクションプラスチックキット化。ラムのケースとは異なり、この時期すでにアンダーグラウンドで流通しはじめていた**ガレージキット**（海洋堂製のレジンキャストキット）の造形テイストを消化した逸品となる

【一九八四】▼**ツクダホビー**が"**ジャンボフィギュアシリーズ**"なる商品企画をスタート。当初はSFX洋画系キャラクターとアニメ系美少女キャラクター（『**うる星やつら**』『**キャッツアイ**』『**超時空要塞マクロス**』等）の2本柱で構成されていたが、すぐに美少女キャラクター中心の展開となり、以後、86年まで驚異的なペースでアイテム数を増やし続けていく。現在ではスタンダードサイズとなった「1／6」という巨大スケールを浸透させるきっかけとなった反面、粗製濫造から問屋や小売店が余剰在庫を抱えることとなり、その結果、とくに地方の小売店に対し「美少女フィギュアは商売にならない」という悪印象を植え付けてしまった ▼**日東科学**が『**幻夢戦記レダ**』『**タッチ**』『**やるっきゃ騎士（ナイト）**』などを立て続けにインジェクションプラスチックキット化するも、その直後、経営悪化や不慮の火災などから倒産。また、商品自体にはクレジットされていなかったものの、この時期すでに商品原型の造形は「美少女フィギュア造形に秀でるセミプロ級の**原型師**」が手掛けており、83年位までの造形物とは一線を画するものとなっていた

【一九八五】▼**ゼネラルプロダクツ**の主催によるガレージキット即売会"**ワンダーフェスティバル**"が初めて開催され、これまで個別に活動していたガレージキットメーカーや原型師が一堂に会する「ハレの場」が生じる。この場の存在を通して造形技術や作風の洗練が加速的に進み、美少女フィギュアシーン全体のクオリティーが格段に向上。以降、オタクのあいだでは「秀作美少女フィギュアはガレージキットという形態でしか生じ得ない」という共通認識が普遍的なものとなっていく ▼『**モデルグラフィックス**』にて、美少女フィギュアをフィーチャリングしたフォトストーリー企画『**スターフロント・ガルフォース**』の連載がスタート（キャラクターデザインは園田健一が担当）。ガレージキット化はもちろんのこと、後年にはOVA（オリジナルビデオアニメーション）化も実現し、「美少女フィギュアを出発地点としたメディアミックス型企画」の先駆者的存在となる ▼大林宣彦監督作品『**さびしんぼう**』（主演／富田靖子）を**海洋堂**が1／12でレジンキャストキット化。製品化の理由は「好きだから作りたかった」という非常にプリミティヴなもので、初期ガレージキットの「なんでもあり」感を体現した一品

【一九八六】▼模型雑誌内での記事展開やワンダーフェスティバルの開催をひとつの転機とし、ガレージキットを取り扱う小売店が増加。商品の流通数に比例し、「**ボーメ**」「**K・PIERO**」などといった原型師の意匠、すなわち「作家性」が、アイテムうんぬんを超越した部分で徐々に価値を帯びはじめる ▼『モデルグラフィックス』『模型情報』などで活躍していた原型師、**石井和夫**の作風がシーンに新風を送り込む。顔の造形などはまちがいなく当時の美少女フィギュア造形のそれであったが、全身の関節がフル可動

’84 ’85 ’86

するボディに布製の服を着せ、フィギュアと**ドール**の中間的形態を確立。この形態をそっくりそのまま製品化した『**彗星戦隊フルーティーV(ファイブ)**』なるアイテムも登場したが、可動こそしなかったものの、ショックバリューの点でこれを凌駕したのが、同氏が原型を担当した『**スケバン刑事**』シリーズ(**バンダイ**)の存在だった。「アニメ顔風に処理された南野陽子や浅香唯の、布製のセーラー服を脱がせて遊ぶことを主眼に置いた商品」は、よくも悪くも美少女フィギュアシーンにおけるマイルストーンとして記憶されることに

【一九八七】

▼この時期から大手マスプロダクツメーカーによる美少女フィギュア商品が激減しはじめる。その理由は、まず第一に「**ガレージキット**」「**原型師**」などという形態自体の価値感が高まり、そのことを大手マスプロダクツメーカー自身が自覚したこと、第二に、OVA作品に代表されるような嗜好の細分化が加速的に進行し、大手企業が万単位で扱えるメジャータイトルが存在し得なくなったことが挙げられる

【一九八八〜一九八九】

▼『**きまぐれオレンジロード**』の**鮎川まどか**、『**超音戦士ボーグマン**』の**アニス・ファーム**という題材を通じて一流原型師たちがコンペティティヴな秀作を大量に発表(87年にも『**マシンロボ**』シリーズの**レイナ・ストール**が、やや小規模ながら同様の現象を醸し出した前例あり)。こうした状況から奇しくも原型師の作家性が強調されることとなり、この「作家性」の部分に嗅覚の鋭いアニメファン(「模型にはあまり興味がないが、美少女フィギュアはほしい」という非モデラー層)が食らいついた。美少女フィギュアという極地的シーン内での流行が、その母体たるアニメーションやコミック作品自体の人気をも左右する……という可能性を提示した、最初のケーススタディと言えよう

【一九九〇】

▼**宅八郎**(おた天プロジェクト)が"**人造モリタカ1号**"と称する森高千里フィギュアを製作(アルバム『非実力派宣言』のジャケット写真がモチーフ。フィギュア造形は林浩己)、『EXテレビ』等のテレビ番組や一般雑誌々上にて大量露出を計る。「フィギュア=アブない趣味」というステレオタイプな固定観念がここで定着する

【一九九二】▼美少女フィギュアの歴史はじまって以来のビッグバン、『**美少女戦士セーラームーン**』が大ブレイク。この作品の存在を通じ、美少女フィギュアは「模型の一（いち）ジャンル」から「アニメファンのマストアイテム」へと昇華する。ただし、キットそのものは**G-PORT**と**B-CLUB**（バンダイ）の独占下にあったため、パーマネントで販売されていた商品はつねに数量不足の状態が続き、また、限られたアイテム数では細分化したユーザーのニーズに応えることは事実上不可能と言えた。その結果、セーラームーンの販売ライセンスが唯一公的に解放される場、バンダイ／ホビージャパン共催によるガレージキット即売会"**JAF-CON（ジャフコン）**"における当日限定アイテムに人気が集中、一流原型師の手によるセーラームーンの限定レジンキャストキットを買い求めるファンが10万円単位の札束を握りしめ、イベント開場前に長蛇の列を作ることに。また、セーラームーンを取り扱うことのできないワンダーフェスティバルの存在が危機的状況に追い込まれるなど、よくも悪くもすべての鍵をセーラームーンが握っていた時代と言えるだろう ▼折からのブルセラ的女子高生ブームが引きがねとなり、**レッズ**から"**キューティーエンジェルコレクション**"なる実在女子高生のリアルタイプフィギュア（1／6ソフトビニールキット）が多数登場。キットの出来はすばらしく一般メディアもこぞって紹介したが、「全裸よりもよっぽどエッチな極小ビキニ姿」や「完成後もめくって遊べる軟質ソフトビニール成形のスカート」などに怒り出す保守系モデラーも続出

【一九九四〜一九九五】▼美少女フィギュアシーンでもコンピュータゲームのキャラクターが台頭、『**ストリートファイターII**』の**春麗**、『**サムライスピリッツ**』の**ナコルル**といった"格ゲー系美少女キャラ"が人気を博す ▼このころから「美少女フィギュアは大好きなので買い漁っているが、自分では模型をうまく作れない（極論、一度たりとも模型を作った経験がない）ので、未組み立てキットがたまるばかり」というような輩が続々と現われはじめ、そこに目を付けたスキマ商法として"**完成品製作代行業**"なる職種が誕生する。また、そうした点を考慮した各ガレージキットメーカーは"**塗装済み完成品**"への道を模索。逆の言い方をすれば、「ガレージキットほどの繊細さは有していなくてもいいから、とにかく箱から出すだけで完成している美少女フィギュアがほしい」というニーズが急増していることを予感させた

【一九九六】▼『**ときめきメモリアル**』のブレイクに合わせ、**海洋堂**製の同レジンキャストキットが驚異的な売り上げを記録 ▼『**新世紀エヴァンゲリオン**』が社会的規模の超ブレイク、数多くのガレージキットメーカーが横並び一線状態で**綾波レイ**や**惣流・アスカ・ラングレー**をこぞって商品化する。この影響で模型業界の規模は飛躍的に拡大、なかでも美少女フィギュアシーンはある意味「最先端のオタク像」とし

てさまざまなメディアから注目を浴びる　▼コンテンポラリーアート（現代美術）のアーティストである**村上隆**が、等身大（1/1）の美少女フィギュアを使ったアートプロジェクト『PROJECT KO^2』を発表（企画立ち上げの際には**岡田斗司夫**もスタッフクレジットに名を連ねる）。あまりに唐突かつ突拍子もないその言動や作品に対し、保守派のオタクからブーイングを浴びるはめに（ただし、海外のアートシーンでは大評判を博す）　▼**海洋堂**が**1/1綾波レイ**を塗装済み完成品形態にて限定販売。これぞまさに「オタクのセックス」を端的に象徴した姿であり（等身大であるのに"ダッチワイフ"としては機能しない事実！）、模型業界内での反応はさほど大きくなかった反面、一般メディアへの効果は絶大なものであった

【一九九七】

▼エヴァンゲリオン効果の恩恵を受け**ワンダーフェスティバル**が完全に復興、参加ディーラー数1000弱、入場者数は2万人を数え、さながら「日本一の美少女フィギュアイベント」の様相を呈す（逆に、セーラームーンとガンダムだけが異常突出したかたちで成長してしまったJAF-CONは、タイトルの衰退に比例した弱体化を見せる）。また、イベント当日に限定販売されたキットが後日中古市場でべらぼうな**プレミア価格**でやりとりされたり、商品から複製した**海賊版**を販売する悪質な業者が登場するなど、美少女フィギュアシーン全体が拡大したゆえの弊害も生じはじめる　▼驚異的なペースで作品を増やし続ける原型師、**宮川武**の存在が俄然クローズアップされる。これまでの原型師は模型雑誌の記事や小売店の広告、つまり「紙メディア」を通してその存在を知らしめてきたが、宮川の場合は「ワンダーフェスティバルやJAF-CONというイベントメディア」内での人気から一気に頭角を現わした——つまり、人と人とのピンポイント的なつながりから信用を勝ち取った、これまでにないまったく新しいタイプの原型師であった。また、既存の原型師たちが美少女フィギュア造形のなかに「肉のやわらかさ」を追い求めていたのに対し、宮川の作風は非常にプラスチッキーな硬質感に溢れ、その点においても世紀末を象徴する唯一無二の美少女フィギュア原型師と言えた　▼エアマックス、Gショックといった"**激ヤバ系コレクターズファッションアイテム**"の流れで、『**スター・ウォーズ**』や『**スポーン**』などの**米国製アクションフィギュア**が一大ブームに。「よくわかってない雑誌屋さんやテレビ屋さん」の手により、このアクションフィギュアの文脈と美少女フィギュア（ガレージキットのフィギュア）の文脈がゴチャ混ぜにされ、それぞれのマニアたちからはひんしゅくを買う。ただし、その恩恵で"フィギュア"という言葉が女子高生レベルまで一般化、相乗効果でブームも拡大し、これらを扱う専門誌が雨後の筍のように乱立する　▼人気絶頂の国民的アイドル・**広末涼子**を**ボークス**が1/8でレジンキャストキット化。フィギュア化を許諾した所属事務所も大英断だが、見方を変えれば、"人造モリタカ1

’97　’96

号"の登場以来「アブないオタク的嗜好」として一蹴されてきたフィギュアの世界に対する視線が、明らかに変化しつつあることを示唆した例とも言える ▼**バンダイ**、**セガ**などの大手マスプロダクツメーカーが美少女フィギュアシーンに本格参入。「ガレージキットのテイストを有した"塗装済み完成品美少女フィギュア"」に標的を合わせ、有名原型師の競り落としや新鋭原型師の青田買いがはじまる。また、ゲームセンターの**クレーンゲーム**景品でも塗装済み完成品美少女フィギュアがマストアイテム化し、版権元であるアニメ製作会社やゲームソフトメーカーなども、美少女フィギュアの存在が作品自体のプロモーションに繋がる事実を完全に把握する ▼塗装済み完成品美少女フィギュアという流れのなかの分流として、**タカラ**、**ツクダホビー**、**メディコム・トイ**、**コトブキヤ**、**マーミット**といったメーカーから、**女玩系ドール**(ジェニー的なドールヘアを有した着せ替え人形)との融合を見せる商品や、**男玩系アクションフィギュア**(変身サイボーグ的な関節可動人形に布製の服を着せたもの)との融合を見せる商品が登場。どこまでがフィギュアでどこからがドールなのか、その境界は限りなくボーダーレスなものと化す

【一九九八】 ▼村上隆とのコラボレーションをきっかけに、海洋堂の原型師・ボーメがニューヨークのギャラリー"フィーチャーーINC(インク)"にて**コンテンポラリーアート界デビュー**を飾る。これに対するオタクからの反応は賛否半々 ▼塗装済み完成品美少女フィギュアの流れがさらに加速。低価格化も進み、もはや"ガレージキット(組み立てキット)"という形態にこだわる輩は、マスプロダクツでは味わえない尖鋭的なものを欲している人間か、ガレージキットというジャンル自体を愛している人間のそのどちらかでしかない

【この講義の読み方】学長・岡田斗司夫

▼「日米SFX格差」という言葉がある。まぁ以下のような「日本はナニしちょる!」な主張のことだと思っていただいて間違いない。▼「ハリウッドは最新のコンピューター技術を導入して、クールなSFX作品じゃんじゃん作ってる。それなのに日本の特撮界ときたら旧態依然とした『ミニチュアの吊り』とか『着ぐるみ怪獣のプロレスごっこ』とか、まったく見るに耐えない。ああ、日本はダメだ、白人はエラい」▼ここにまぁ「円谷のオヤジが生きてた時代はよかった」だの「コンピュータ特撮にはユメがない」だのがぶつかる、そういう陳腐な論争が延々、続いていたのがこの世界だ。もうカンベンしてほしい。▼ドリー氏はこの不毛な論争を終焉させ、新たな補助線を曳くことに成功した。「SFX」と「特撮」の目指している地平の差、そのバックボーンとなっている社会性へと、氏の論考は続く。今後、この分野の考察は、まずドリー氏の講義を基礎に語られるべきであろう。

第四講【特撮映画論】

【講師】…ドリー・蛇臼(映画ガチンコ兄弟)

「国内特撮の現状とハリウッド映画CG革命後の動向」

【講師略歴】ドリー・蛇臼 どりー・へびうす

映画理論・構造論から特撮映画まで、節操なしの体育会系キネマライター。本名の〈尾崎一男〉で映像作家活動を並行するも、キューブリックばりの寡作で既にその肩書は忘却の彼方。高校時代の舎弟で、映画を年に数本しか観ない自称"映画の神様"テリー・天野と昨年『映画ガチンコ兄弟』を結成。パソコン通信上(FYOUGA『GODZILLA』会議室など)でその傍若無人な映画ネタ芸人ぶりを発揮する。年内には都内でトークライヴを敢行予定。

『ゴジラ』vs『GODZILLA』

1998年5月20日、全米で驚異的ともいえる大々的なアド展開を行なった1本の映画が公開された。

その作品の名は『GODZILLA』。日本が生み出したスーパーモンスター〈ゴジラ〉が、ハリウッドで映画化されたのである。

96年、地球侵略を企てるエイリアンと人類が戦う壮大なSF映画『インデペンデンス・デイ』を生み出し、メガヒットに導いたディーン・デブリンがプロデュース、ローランド・エメリッヒ監督がメガホンをとるという、まさに"ハリウッドの超大作"としてゴジラは甦ったのだ。

製作までに紆余曲折あった『GODZILLA』の完成に対し、広く一般大衆も興味をそそられたが、特に我々日本人、俗に《特撮ファン》(この呼称は便宜上、以後も使用する)と呼ばれる人たちはことさらに無関心ではいられなかった。

「ゴジラをハリウッドのビッグ・バジェット(注1)、そして最新の特撮技術で創造したなら、いったいどんな凄いものができ上がるのだろうか」という思いを常に抱いていた彼らにとって、『GODZILLA』はまさにその期待を担った"試金石"だったからだ。

同時に、この切実なる思いには、「日本のゴジラ映画が最新技術に背を向け、いまだに操演(吊り)や着ぐるみ、そしてミニチュアワークという技法で撮影され、それがあたかも"伝統芸"のように継承されている」という特撮ファンの憤りと、現状に対する悲観が内包されていたのである。

もはや日米"特撮"論争は成立しない

彼らのような特撮ファンたちによる「国内の特撮vs海外の特撮」という比較は今日に始まったことではない。

注1/ビッグ・バジェット[big baget] 高予算のこと。『GODZILLA』の直接製作費は1億2500万ドル。これはハリウッドでも『タイタニック』(2億ドル)『ウォーターワールド』(1億7500万ドル)に次ぐ史上3番目の数字。現在のレートで日本円に換算すると約175億円!これに宣伝費が加算された「総製作費」になると、およそ1億7000万ドルの高予算映画となる。ちなみに我が国のゴジラシリーズは総製作費で平均10億〜15億円。それでも日本映画としては超大作の部類だ! トホホ……。

注2/モーション・コントロール・キャメラ[motion control camera] 当時の呼称はダイクストラ・フレックス。『スター・ウォーズ』の製作にともない、視覚効果スーパーバイザーのジョン・ダイクストラを中心に若きスタッフが集められ、スペシャル・エフェクト・チームが結成された。それが現在のILMである。そのときに開発されたモーション・コントロール・キャメラシステムを、生みの親であるジョン・ダイクストラの名前をとって「ダイクストラ・フレックス」と呼称していた。モーション・コン

1977年5月にアメリカで公開された『スター・ウォーズ』（監督：ジョージ・ルーカス）は、**モーション・コントロール・キャメラ**（注2）という撮影技法を普及させた。このシステムはコンピュータと多軸構造でキャメラアームを制御でき、自在なアングルと幾重ものエレメント合成を可能にする。それを用いて撮影されたXウィング戦闘機のドッグファイトやトレンチアタックの臨場感に、観客の誰もが目を見張ったのである。

翌年1978年7月1日、遅れて日本でも『スター・ウォーズ』がロードショー公開されるが、それより先んじること7カ月前の77年12月に東宝は『惑星大戦争』（監督：福田純）を公開し、来る衝撃の向こうを張らんとした。だがモーション・コントロール・キャメラの前では、宇宙戦闘艦をピアノ線で吊るという従来の特撮手法は醜態をさらすだけだった。さらに4カ月後の78年4月には東映が『宇宙からのメッセージ』（監督：深作欣二）で追従するものの、シュノーケル・キャメラ（注3）によるミニチュア撮影や、当時は画期的だったヴィデオ合成をもってしたところで、もはや『スター・ウォーズ』は対等に太刀打ちできるシロモノではなかったのだ。

『スター・ウォーズ』、『未知との遭遇』（監督：スティーヴン・スピルバーグ）を皮切りにした、ハリウッドSF映画の躍進的なまでの技術革新は、そんな日本の特撮映画停滞期に重なったこともあり、特撮ファンの間で「日米特撮論争」なるものをたびたび勃発させた。そして、そこで交わされる「妄信的崇拝」と「感情的擁護」の紋切り型で不毛な言い争いの末尾は、必ずと言っていいほど「日本にはゴジラがあるじゃないか！　ゴジラはどうしたんだ」という待望論で締めくくられ、皮肉にも〝ゴジラ復活〟の気運はそのような「歪曲した状況下」で徐々に高められていったのである。

折しも81年、『ドラゴンスレイヤー』（監

トロール・キャメラをいまだにこう呼んでいる人がいたら、その人は相当のこだわりマニアか、30代後半から40代前半の特撮おたくだと思って間違いないだろう。

注3／シュノーケル・キャメラ
[snorkel camera]
ミニチュアなどの狭間に視点を置いた接写や、巨大感を出すための撮影に使用されるキャメラシステム。[キャメラ]［シュノーケル（筒状）・レンズ］［リモート・コントローラー］［クレーン］で構成。クレーンの先端にフィルムキャメラ、またはヴィデオキャメラを取り付け、リモコンで上下を自由に作動させて撮影。日本では75年東映の『新幹線大爆破』（監督：佐藤純彌）でミニチュアの新幹線を撮影するのに初めて使用され、続いて『宇宙からのメッセージ』にも流用。炉心に突入する際の〝トンネルチェイス〟の撮影に活躍した。

督：マシュー・ロビンズ）というファンタジー映画の存在がさらにそれをヒートアップさせた。これは**ゴー・モーション**（注4）という技法を用い、劇中の〈ヴァーミスラックス（ドラゴン）〉をクリエイトした画期的作品で、その生物感溢れる動きに秘められた可能性は計り知れないものがあった。

この日本未公開の革命的な映画を現地アメリカ、また輸入ヴィデオソフトで観た特撮ファンは、

「このゴー・モーションと特殊メイクを応用すれば、生物的リアリティに溢れたゴジラが誕生するぞ！」

と、誰もが淡い期待を抱いたのである。

しかし、そのかすかな希望も虚しく、84年に晴れて9年ぶりの復活を果たした『ゴジラ』（監督：橋本幸治（はしもとこうじ））は、従来の着ぐるみと、メカニカル・パペットに毛の生えたような「サイボット」なるシステムでお茶を濁してしまった。同年製作されたSF映画『さよならジュピター』（監督：橋本幸治）で、アマダ社の工業用アームを改良したモーション・コントロール・キャメラを撮影に導入した実績をかたくなに信頼した特撮ファンは、「新技術でゴジラを復活させる」という製作側の言葉に疑いを持たなかったことを大きく悔いる結果となった。

少し誇張気味かもしれないが、このように"ゴジラ"の存在は、「日米特撮論争」の争点として、常に屹立していたといっても決して過言ではなかったのだ。

それから十数年を経た現在、ハリウッド映画界では、**コンピュータ・グラフィックス（CG）**（注5）といった、ポスト・プロダクション（注6）に比重を置いたエフェクト作業が幅を利かせている。特撮ファンにとって羨望の的だったモーション・コントロール・キャメラもゴー・モーションも既に「過去の技術」となってしまったのだ。

注4／ゴー・モーション [go motion] 可動パペットを1コマずつ撮影し、上映時の連続運動によって動きを得ることを〈ストップ・モーション〉というが、本来動いているものを撮影すればフィルムの1コマ上では「ブレ」が生じるのが普通であり、それが生じないこの手法ではどうしてもギクシャクした動きになってしまう（それが"味"でもあるのだが）。

そこで開発されのがこの方法。パペット（人形）の関節部にロッド（支持棒）を取り付け、それをモーション・コントロール・キャメラの原理を応用したムーヴァー（制御装置）で動かし、ライヴ撮影することで滑らかな動きを得るという原理である。ようするにNHKの教育テレビで放送されているような人形劇の「人形」を下から機械が動かし、合成でロッドを消したようなものだと思ってもらえればいい。単純かもしれないが当時としては画期的な手法で、『ドラゴンスレイヤー』以降、ILMが視覚効果を担当した巨大クリーチャーはたいがいこれで撮影されていた。しかしCGの台頭によってゴー・モーションは淘汰の憂き目にあう（その交代劇は本文中で少し触れている）。

もはやハリウッドのそれと、日本映画の撮影現場での特殊撮影を比較し「旧態依然」と断言するのは、正しい認識とは言えなくなってきている。

そもそも**特撮（特殊撮影）**とは、ミニチュア・ワークや弾着効果、爆発など"現場レヴェル"での撮影効果を指すのであって、ファンがゴジラや国産SF映画に望んでいるCGなどの「最新技術」というのは、あくまでポスト・プロダクション上でフィルムに施される**視覚効果**のことなのだ。

これはハリウッドでも"スペシャル・エフェクト"と"ヴィジュアル・エフェクト"という名称で区別され、決して同義ではない。まずはそのことを強調しておかねばならないだろう。

もう「日米"特撮"論争」なるものは成立しないのだ。

日本の視覚効果は、確実に"前進"している

国内の視覚効果事情は、ハリウッド映画のデジタル革命のように大きなムーヴメントこそないものの、着実に新技術は製作の現場に導入されており、それは決して欧米に大きく遅れをとるものではない。

その進歩を身近に、そして容易に垣間見ることができるのが円谷（つぶらや）プロ製作の『ウルトラマンティガ』（96年〜97年）そして『ウルトラマンダイナ』（97年〜現在放映中）等のTV特撮だろう。

『ウルトラマン』、『ウルトラセブン』、『帰ってきたウルトラマン』の視聴者であり、『スター・ウォーズ』などハリウッドSFの洗礼をリアルタイムで受けた世代が、歳月を経て作り手の側にまわったこの平成ウルトラシリーズ。"着ぐるみにミニチュア"という特撮の基本構造こそ空想特撮シリーズ（注7）の頃と大差はないものの、フィルムで撮影され、オプチ

注5／デジタル・イメージ・プロセッシング［digital image processing］
コンピュータに取り込んだ写真、図形、映像などの画像処理。

注6／ポスト・プロダクション［post production］
映画における、撮影終了後の編集・音入れ作業の処理工程をこう呼ぶ。特に近年では、撮影したフィルムをデジタルスキャンして画像データに変換し、そこで視覚効果や合成などの加工をおこない、フィルムレコーディングするというふうに映画製作のプロセスが複雑化し、ポス・プロに比重がかかるようになってきた。

注7／空想特撮シリーズ
66年の『ウルトラQ』、66〜67年の『ウルトラマン』、67〜68年の『ウルトラセブン』。これら初期ウルトラ3作品のシリーズ名称。

カル（光学）合成の視覚効果が施されていた当時に比べれば、その手法は大きく変わった。ヴィデオ撮り主流の中、あえてフィルム撮影に徹底している点を除けば、視覚効果はデジタル・ヴィデオ・エフェクトとなり、それと並行してCGも意欲的に導入されている。これはマッキントッシュなどのパーソナル・コンピュータの台頭、CPUの向上やアプリケーション・ソフトの飛躍的な進化、そしてロー・コスト化（注8）が、このようなTVエフェクトの現場にデジタル・ムーヴメントを波及させたといえる。

さらにTVの特撮ヒーローといえば、東映製作の戦隊シリーズものも負けじとデジタル・エフェクトへの移行をスムーズに展開している。たとえば最新作『星獣戦隊ギンガマン』（98年〜現在放映中）では、同社の視覚効果スタジオ［東映特撮研究所］によるデジタル合成や、ハリウッド映画製作の現場でも活用されているシネオンシステム（注9）によるデジタル処理加工などを前向きに取り入れ、東映戦隊シリーズ伝統のスピード感溢れる編集センスと相まって絶大な効果を生んでいるのだ。

これらは『スタートレック・ディープ・スペース・ナイン』、『スタートレック・ヴォイジャー』、『バビロン5』など、欧米のSFTVドラマとほぼ同じメイキング・プロセスである。このことからも窺えるように「TVというロー・コストのなかで合理的に取り入れられる視覚効果」という点においては、日本の特撮もアメリカの方法論と比べてもなんら遜色はない。予算面や撮影規模、テクノロジーでは比較にはならないが、そのパフォーマンス性においてはアメリカをはるかに凌駕しているといえよう。ジュウレンジャーが輸出されて『パワーレンジャー』（注10）に生まれ変わるのも、なんとなく頷けるではないか。

注8／ロー・コスト化 ［low-cost］
すべてが同じ条件というワケではないが、現在、視覚効果の現場に導入されているハイエンド・マシーンのコンピューターは、10年前の同性能機と比較するとおよそ1／10前後の価格になっている。

注9／シネオンシステム ［Cineon sistem］
1989年に開発されたデジタル画像処理システム。「デジタル・フィルム・スキャナー」「デジタル・ワーク・ステーション」「デジタル・フィルム・レコーディング」でシステム構成されている。これによって、撮影したフィルムをデジタル画像データに変換し、合成や修正・修復、変形、フィルター処理などさまざまな加工を施したうえで再びフィルムに変換することができる。カリフォルニア州バーバンクにはシネオンの総合ワークスタジオ〈シネサイト〉があり、ハリウッド映画にも数多く活用されている。

注10／『パワー・レンジャー』 ［"Mighty Morphin PowerRangers"］
東映戦隊ヒーローシリーズ『恐竜戦隊ジュウレンジャー』から、変身後

”センス“が技術をカヴァーする
——見逃せない国内特撮の今後

TVの視覚効果事情がそうであるように、当然ながら日本映画の世界においても、視覚効果はデジタルの洗礼を受けている。それは「旧態依然」という見解をもって批判の対象にされているゴジラとて例外ではない。

95年、良くも悪くも平成ゴジラシリーズの掉尾を飾った『ゴジラvsデストロイア』（監督：大河原孝夫）は、前年の『ゴジラvsスペースゴジラ』（監督：山下賢章）までそのほとんどの合成作業をオプチカル、ないしはハイヴィジョン（注11）で行なっていたのに対し、それらをデジタル合成へと移行させた作品である。ゴジラの後を追う形でシリーズが製作されている96年の『モスラ』（監督：米田興弘）、翌年の『モスラ2・海底の大決戦』（監督：三好邦夫）では、完全にデジタル合成に移行している。

また、98年の東映映画『北京原人 Who are you?』（監督：佐藤純彌）（注12）も、先に挙げた東映特撮研究所によるNASDAの有人ロケット打ち上げシーンや、オムニバス・ジャパン社によるマンモスのCGクリエイトなど、クオリティの高いエフェクト映画として決して見逃すことは出来ないだろう。

しかし、世界配給を前提としたハリウッド映画と違い、日本映画は国内配給だけ、しかも劇場のみでは採算をとることすら至難の業である。この違いは当然、製作費や導入機器の性能差となって、具体的なまでに映像に現われてくる。

いくら『北京原人』のロケット打ち上げシーンが優れていると称揚したところで、『アポロ13』（監督：ロン・ハワード）の、まるで記録フィルムと見紛うばかりのサターンロケット打ち上げシーンと比較したら、そのクオリティの差は明らかだ。「日本のお家芸」といわれる怪獣映画にしても、『ジュラシック・パー

のヒーローアクションや特撮・視覚効果部分だけを残し、ドラマ部分を再撮影したアメリカの子供番組。1993年に〈サバン・エンターテイメント〉が製作、『Xファイル』『ザ・シンプソンズ』で有名な〈FOXネットワーク〉で放映された。子供から大人まで絶大な人気を博し、番組は3シーズンまで継続放映され、さらに劇場用映画も2本製作。95年には日本でも「逆輸入」の形でテレビ朝日の深夜枠と早朝枠で放送された。

注11／ハイヴィジョン　[Hi-vision]
NHK総合技術研究所で開発された、日本のHDTV（高精細度方式テレヴィジョン）の一般名称。走査線数1125本（現行テレヴィジョンの約2倍）という高解像度を生かし、ハイヴィジョン・フォーマットでVTR合成したものをキネコ（フィルムに変換）するという合成手法が映画では一時期用いられていた。88年の『帝都物語』（監督：実相寺昭雄）が最初にこれを導入したが、初期の頃のハイヴィジョン合成は走査線と色合いから「お、これからエフェクト場面だ」というのが如実に判明して、実に興ざめだった。

ク』や『ドラゴンハート』（監督：ロブ・コーエン）のように、生物感溢れるデジタル・クリーチャーを視覚体験してしまった後では、「着ぐるみにミニチュア」を補う形でのデジタル化だけではどうしてもリアリティを欠く印象は否定できない。

だが、この容易に埋められぬ格差を、国内の特撮・視覚効果クリエイターたちは「センス」でカヴァーしようと常に試行錯誤している。

殊に『ガメラ・大怪獣空中決戦』、『ガメラ2・レギオン襲来』（監督：金子修介）でロー・バジェットをヴィジュアルセンスで補い、作品の好評価に貢献した、樋口真嗣特技監督（注13）を中心とする特撮・視覚効果クルーの活躍を見逃すことはできない。

実写のみならずアニメーション演出をもこなす樋口氏は、緊密なストーリーボードに裏打ちされた大胆な構図と、ケレン味のあるショット構成で観る者を唸らせた。さらに、それを効果的に高めるための「センス溢れる視覚効果」のツボを心憎いまでに押さえているのだ。「魅せる特撮」が個人技の域まで昇華されたその"業師"ぶりは、かつての特撮の巨匠、円谷英二を彷彿とさせよう。

「ひたすらリアルであること」を大前提とするハリウッドの視覚効果に対し、「見せ場の特撮」を標榜する樋口氏の方法論は、国内の特撮・視覚効果の一つの方向性を示唆していると言えるのではないだろうか。

過度に感性を技術に依存しない。それもまた国内特撮映画の在り方なのだろう。

以上を念頭に置くと、樋口氏が特技監督を務める1999年度公開予定の『ガメラ3』（監督：金子修介）や、翌西暦2000年公開予定のアニメーション、実写、CGトリプル融合作『G.R.M.』（監督：押井守、デジタル監督：林弘幸）といった作品群は、今から刮目して待っても損はないだろう。

注12／『北京原人Who are you?』
「北京原人の化石からDNAを採取し、北京原人を現代に甦らせる」……このプロットから壮大な冒険アクションを期待していたら、完成した映画は荒唐無稽で豪放なカルト映画であった。劇場は別な意味で笑いが絶えず、観客は「ウパー！」「神になるぞぉ～！」などの名（迷？）セリフを絶叫しつつ帰途についた。「北京原人を演じる役者は公開日まで秘密」といっておきながら、製作発表の時点で誰もが「正体は本田博太郎」だと知っていたのも問題だぞ。『GODZILLA』の徹底秘守を見習え。

注13／樋口真嗣特技監督
1965年、東京都出身。84年の『ゴジラ』に特殊造型スタッフとして参加。88年『帝都物語』、89年『丹波哲郎の大霊界・死んだらどうなる』（監督：石田照）の絵コンテ担当を経て、94年『ガメラ・大怪獣空中決戦』の特技監督となる。アニメーション作品では『不思議の海のナディア』（92～93年）、『新世紀エヴァンゲリオン』（95～96年）の演出絵コンテを手掛ける。

デジタル・エフェクトに飽き始めた欧米ファンたち

日本特撮の現状をひととおり記したところで話を戻すが、ならば果たして『ＧＯＤＺＩＬＬＡ』は日本の特撮ファンの「溜飲を下げるような」作品に仕上がったのだろうか。

現在これを書いている時点で『ＧＯＤＺＩＬＬＡ』はまだ国内公開されておらず、既に観たという日本人、さらに特撮ファンは少ない（国内では7月11日公開）。だが、本国アメリカでは期待されたほど高い評価を受けていないのが実情だ。

現地の評価には「ストーリーの稚拙さ」、「既に観たことのあるイメージの羅列」など様々な見解が挙げられるが（稀に「あれはゴジラではない」という日本人気質の意見もあるが）、いちばんの大きな要因は「ＣＧを多用した大作に観客が"飽き"を感じ始めてきた」ということが指摘されている。急激に量産されるデジタル・ムーヴィーを、垂涎の思いで観る我々日本のファンの羨望とは裏腹に、アメリカの享受者たちはいささか食傷気味なのだ。

デジタル・エフェクトの世界はわずか10年という間に急成長し、早々にその方向性が袋小路に入った感がある。そもそもハリウッド映画における「ＣＧ革命」という怪物はどのように成立し、またどのようなプロセスを経て現代に至ったのだろうか。

『ターミネーター2』で始まった、ハリウッド映画のＣＧ革命

ハリウッド映画の視覚効果には二つの大きな技術革命がある。ひとつは冒頭の『スター・ウォーズ』で言及したモーション・コントロール・キャメラであり、そしてもうひとつは**コンピュータ・グラフィックス（ＣＧ）**である。

フィルムとＣＧ最初の邂逅は、１９５６年、

86年にDAICON FILMの16ミリ怪獣映画『八岐大蛇の逆襲』（監督：赤井孝美）の特撮を担当しているが、この頃から野外にミニチュアセットをセッティングして撮影する「ライヴ特撮」や、フィルターの使用による空気層の表現。ポイント・オブ・ビュー（見た目のショット）に対するこだわりを披露している。舞台となる鳥取県米子市のミニチュアワークも素晴らしい。そこに20年余り住んでいた私（蛇臼）が言うのだから間違いない。

ジョン・ホイットニー・シニア（注14）が第二次世界大戦の高射砲制御装置を改良したコンピュータ・ツールで〈アート・アニメーション〉を作ったこととされる。デジタル・シミュレートの三次元（3D）CGが映画に挿入されたのは81年の『ルッカー』（監督：マイケル・クライトン）が最初で、本格的に全編に使用されたのが82年の『トロン』（監督：スティーヴン・リスバーガー）というのが定説となっている。

『ルッカー』はCG以外に観るべきところのない駄作で、既にその存在は忘却の彼方に追いやられているが、『トロン』は違う。シド・ミードやメビウスらの優れたヴィジュアル・デザインが技術的な劣化を補って余りあるだけでなく、当時は馴染みのなかったコンピュータ用語が今や日常会話となった現在では、製作当時以上に作品世界の理解も深まり、近年再評価の声（注15）が高まっているくらいだ。

　これらに並んでさらに革命的だったのは、82年『スタートレック2／カーンの逆襲』（監督：ニコラス・メイヤー）で使用されたCGだった。荒涼の惑星が急激に緑化される〝ジェネシス・プロジェクト〟のシミュレーション映像はデジタル・マットペインティングで表現され、CGの創造する豊穣なイマジネーションとその可能性を世に至らしめたのである。

だが、現在のCG革命の本流、そのフラッシュポイントは、89年の『アビス』（監督：ジェームズ・キャメロン）にあるといっても過言ではないだろう。

　海水がまるで意志を持ったかのようにせり上がり、その突端が人面形態にメタモルフォーゼするCGは、「インダストリアル・ライト&マジック（ILM）」のデニス・ミューレンを筆頭とするエフェクト・グループによる試行錯誤のすえ、その全貌をスクリーンに現わした。従来の視覚効果では不得手とされた「水の質感」も見事に克服したこのイメージは、91年の『ターミネーター2』（監督・ジェ

注14／ジョン・ホイットニー・シニア［John Whitney Sr.］
コンピューター・アート・アニメーションの祖。本文中で触れている軍事コンピューターの改良ツールは「モーション・コントロール・キャメラの前身」と言われている。弟ジェームズと共同で作品を発表、61年『カタログ』、66年『ラピス』など、アブストラクトなイメージのCGアニメーションを残している。なお、息子であるジュニアは〈デジタル・プロダクションズ〉を設立し、SF映画『スター・ファイター』（監督：ニック・キャッスル）のCGを担当している。

注15／再評価の声
『トロン』はエンドクレジットを見ると、最後の方で台北と台湾のプロダクション・スタッフ名がズラッと並んでいる。このため一時期「CGというのは嘘で、本当はアジア発注のアニメ映画だ」とあらぬ誤解を受けていた。パイオニアLDCからリリースされている『トロン』のスペシャル・コレクションLDは「いかにして世界初のCG映画が誕生したか」を数多くの映像資料を交えて詳しく紹介している。

ームズ・キャメロン）でさらに格段の飛躍を遂げることとなる。『ターミネーター2』はハリウッド映画史上初の1億ドル・バジェットとして、ハードシステム及びソフト開発に多大な予算を割り当てられた。88年の『ウィロー』（監督：ロン・ハワード）で試験的に使用された**モーフィング**（注16）を本格的に多用、さらに『アビス』で培われたCG技術を応用し、どのような物体にも可変するメタルフレームのサイボーグ〈T―1000〉というデジタル・キャラクターの創造に成功したのだ。

　一般的に、ハリウッドにおいてCGが急速に発展したのは、ソビエト連邦崩壊後の冷戦変貌により、軍備に重きを置かれていたコンピュータ・テクノロジーが一気にハリウッド娯楽産業へと傾れ込んだという読み方が成されている。これは前述のジョン・ホイットニー・シニアが軍事コンピュータを改良してCGアート映像を作ったことを彷彿とさせ実に興味深いが、それ以上に、この『ターミネーター2』製作時のテクノロジー開発が、直接的なまでに後のCGの発展に大きく貢献しているのである。これはCG革命のみならず、映画史上の重要事項として記しておかなければならないだろう。

『ジュラシック・パーク』『トイ・ストーリー』の驚愕

　そして1993年、時代はひとつの到達点を迎える。

　89年の『オールウェイズ』、91年の『フック』と興行的にも作品の内容的にもロー・テンション気味だったスティーヴン・スピルバーグ監督が、驚異の恐竜ムーヴィー『ジュラシック・パーク』を発表したのだ。

　開巻、はじめて全身を現わすブラキオサウルスを眼にした観客は、劇中のグラント博士以上に息を飲んで驚嘆した。それまで無機的

いコレクターズ・アイテムだ。

注16／モーフィング　[morphing]
例えば、ふたつのコンピューター画像〈男の顔〉と〈女の顔〉があった場合、両方の画面各部（眼とか、輪郭とか、口とか）に近傍した座標点を設定する。〈男の顔〉の画像を〈女の顔〉の画像へと変形させるとき、繋いだ座標点に向けて形状が移行すると同時に、テクスチャーがオーヴァーラップしてスムーズな変化を促す。これがモーフィングである。マイケル・ジャクソンのミュージック・ヴィデオクリップ"Black and White"で使用されたものが最もポピュラーだが、それに感化されて一時期TVコマーシャルなどでも頻繁にこの手法が用いられた。

な物質の表現に留まっていたCGが、皮膚下の筋肉組織をも生物的に再現、テクスチャー・マッピング（注17）によって皮膚感すら見事に表現し得ていたのである。この驚異のファースト・コンタクトに対し「もうこんなことまで出来るのか！」という驚きをもって、誰もが新時代の到来を実感したことは言を俟たない。

　このデジタル・ダイノソアの登場により、映画におけるCGは**コンピュータ・ジェネレーテッド・イマージェリー（CGI）**という技術として、まさに不動のものとなったのである。

　さらに95年には、「ウォルト・ディズニー・カンパニー」とCGスタジオの「ピクサー社」が、全編フルCGによる長編アニメーション映画『トイ・ストーリー』（監督：ジョン・ラセッター）を製作する。初のCG映画『トロン』に感銘を受け、ディズニーのアニメーターからピクサー社へと転職したラセッター監督は、CGが実写作品のエフェクトの一端でしかないという業界の認識を覆し、1本の作品としてCGが成り立つことを証明してみせた。CG革命に歴史的1ページを刻んだ画期的アニメ（注18）といえよう。

CGエフェクトスタジオ競合の時代

　一方、『ターミネーター2』でデジタル・エフェクトの可能性を見いだした監督のキャメロンが、自作のデジタル・エフェクトをフォローするために、スコット・ロス、スタン・ウィンストンらと共同で1993年に「デジタル・ドメイン社」を設立。『トゥルー・ライズ』で本格的に始動する。その後、同社は『ダンテズ・ピーク』（監督：ロジャー・ドナルドソン）の火山噴火や溶岩流、『フィフス・エレメント』（監督：リュック・ベッソン）の未来世界などCGワークの枠を広げ、最も成功したCGスタジオとなる。そして、この前後にデジタル・エフェクトに対応した視覚効

注17／テクスチャー・マッピング
[texture mapping]
テクスチャーとは、コンピュータで作成された3D図形やワイヤーフレームの表面に張り付ける各種データのことで、マッピングはテクスチャーを張り付ける作業のこと。爬虫類の滑るような感触や人間の皮膚感、動物の毛並みを忠実に再現したテクスチャーを作りだすのは至難の業だったが、『ジュラシック・パーク』で格段の進歩を得た。特に「ソニー・ピクチャーズ・イメージワークス」がこれを得意とし、『アナコンダ』や『GODZILLA』でも見事な技術を披露している。

注18／画期的アニメ
本来なら84年の『スター・ファイター』が全編フルCGの映画として製作される予定だったのだが、予算と技術的限界からドラマ部分は実写で撮影された。フルCGの夢はそれからさらに11年間待たなければならなかったのである。
とはいえ、『トイ・ストーリー』が優れているのは、必ずしも「フルCG」という点だけではない。丹念な物語構成や魅力的なキャラクター造形こそが大きく価値を高めている

果チームが数多く設立されることになるのだ。
1本の作品にそれら複数の視覚効果チームが参加するようになったのも、CG革命後の顕著な傾向である。

初期の頃はその分担作業も「特殊メイク」「アニマトロニクス」「CG」「ミニチュア」「オプチカル処理」等、それぞれ視覚・特撮効果の分野ごとに各エフェクト・スタジオが分担作業を受け持つ形だったのだが、CG全盛の現在、視覚効果が映画製作上で占める割合が数段に高くなっており、同種のデジタル・エフェクトを数社で分担する傾向にあるようだ。

ひとつ例を挙げると、97年に公開されたハードSF映画『コンタクト』(監督:ロバート・ゼメキス)は、この業界で飛躍的成長を遂げる「ソニー・エンターテイメント・イメージワークス」、老舗の「ILM」、他に「ワーナー・デジタル」「パシフィック・オーシャン・ポスト」「ビッグスカイ・ポスト」「CISハリウッド」「WETAリミテッド」といった、実に7社ものエフェクト・スタジオがヴィジュアル・エフェクト担当としてクレジットされている。これなどまだ序の口で、あの史上空前のヒット作『タイタニック』(監督:ジェームズ・キャメロン)に至っては、「デジタル・ドメイン社」「ILM」「4ワード・プロダクション」を筆頭に、なんと合計16社(注19)のエフェクト・スタジオが名を連ねているのだ。

一つの作品のなかに複数のエフェクト・スタジオがひしめき合う状況は、クリエイティブという側面から見れば競争性に富んで歓迎すべきことかもしれない。だが実際は、これによって製作費は高騰化、さらに担当エフェクトによってヴィジュアルのクオリティにバラつきが生じ、他のチームに改めてショットを依頼し直すといった悪循環が生じているのも現実だ。担当スタジオだけで仕事をこなすことが不可能な場合、下請けの子会社に仕事を回し、さらなる質の低下を招くといった問題も付随している。

のだ。だから本作で使われているテクノロジーが著しく劣化しても、作品としては普遍的な魅力を放つであろう。これがいちばん大事なことなのかもしれない。

注19／合計16社
『タイタニック』に関わった視覚効果スタジオは「デジタル・ドメイン」「4ワード・プロダクションズ」「ILM」「ヴォデオ・イメージ」「パシフィック・タイトル&オプチカル」「ポップ・フィルム」「パペチュアル・モーションピクチャーズ」「バネッド・フロム・ザ・ランチ・エンターテイメント」「CISハリウッド」「シネサイト」「ドナルド・ペニングトン・インク」「タイトル・ハウス」「デジスコープ」「ハマーヘッド・プロダクションズ」「ライト・マターズ」「マットワールド・デジタル」の各社。
アメリカの視覚効果専門誌【シネフェックス】では、だいたい一冊につき2作から4作の映画メイキング記事を掲載するのだが、『タイタニック』の特集を組んだときは増ページをしたうえで、まるまる一冊分を要したといわれている。

今回の講義の中軸として取り上げる『GODZILLA』の視覚効果も、エメリッヒ監督とプロデューサーのデブリンが設立したエフェクト・スタジオ［セントロポリス・エフェクツ］、そして［ヴィジョン・アート社］［クエスチョン・マークFX］［メカニカル・エフェクツ・ウェアハウス］との共同ワークなのだが、ゴジラの動力テクストとなるモーション・キャプチャー・システムの性能とグラフィックのクオリティに問題が生じ、急遽ソニー・ピクチャーズ・イメージワークスに発注し直したなどという醜聞も流布していたりするのだ。

本年度のアカデミー賞11部門を制覇し、アメリカ国内のみならず、世界興行収入の記録を軒並み塗り替えた『タイタニック』も、ラージ・スケールのタイタニック号建造や、コスチューム・プレイにかかる予算以上に、視覚効果にかけられた莫大な予算が、製作費2億ドルという史上最大のビッグ・バジェットに及んだ直接的要因だと言われている。公開が5カ月も延期となり、さらに製作費超過という事態を招いたこの混乱は、作品が史上空前のヒットを生んだことで帳消しになった感があるが、もし同作が不入り、あるいは中規模程度のヒットに留まっていたとしたら、責任追及の矛先は監督であるキャメロン以上に、ヴィジュアル・エフェクトの現行システムに向けられていたかも知れない。

濫立の陰に――消えゆくものと生き残るもの

濫立するCGエフェクトスタジオと、それを取り巻く状況の問題は深い。日々進歩するコンピュータ業界のソフト開発や、ハードテクノロジーの維持に対応できず、スタジオが次々と解散の憂き目にあうという事態も頻繁に出てきているようだ。

なかでも1997年、視覚効果スタジオの大手［ボス・フィルム・スタジオ］が『エアフォース・ワン』（監督：ウォルフガング・ペ

注20／モーション・キャプチャー
［motion capture］
人間や動物の動きのデータを直接コンピュータに入力する手法。リアルな動きのCGキャラクターを作るときに利用される。光の反射や磁場の変化を利用してデータを採取するが、映画などでは被写体にセンサーを直接取り付ける方法が多く用いられている。

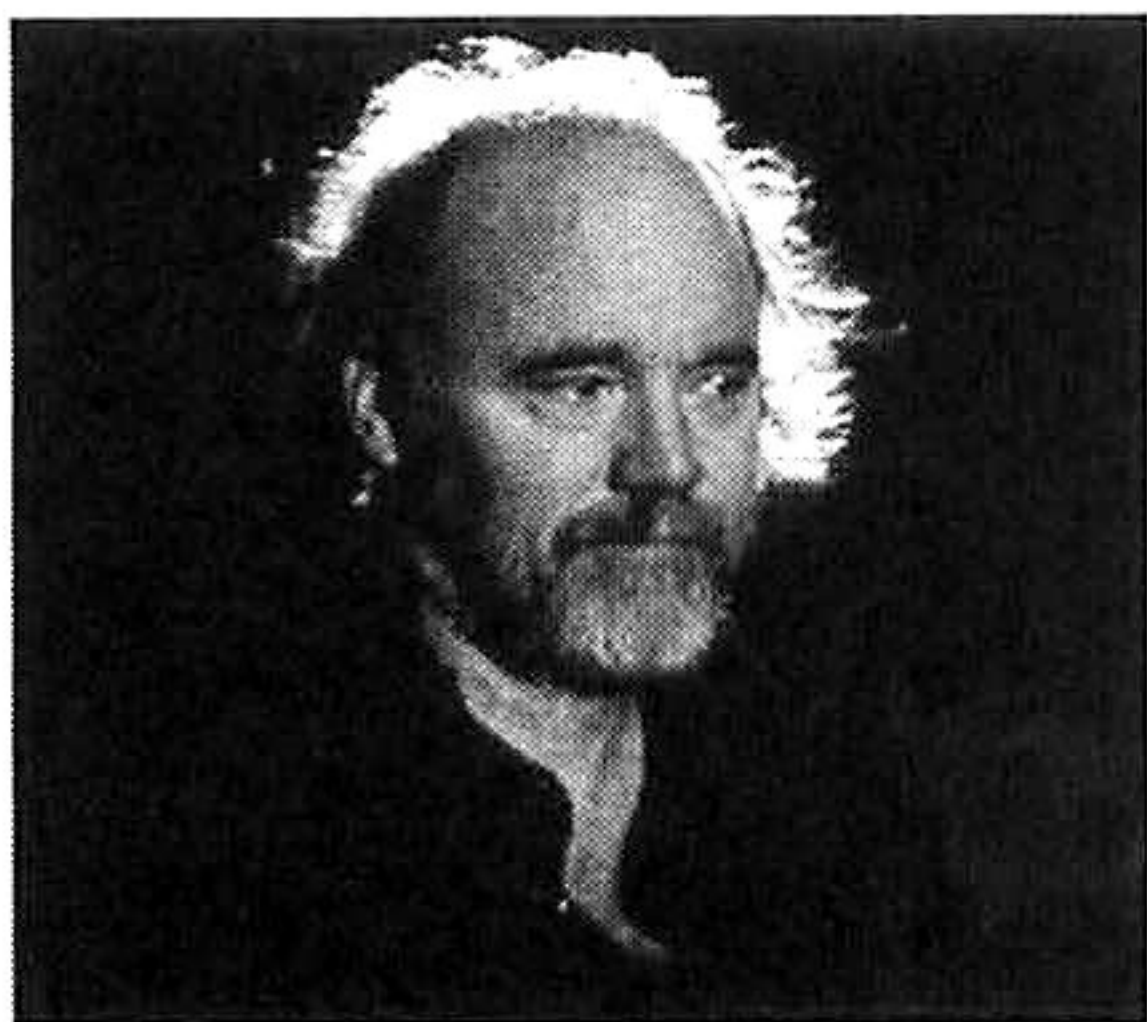
ーターゼン）のヴィジュアル・エフェクトを最後に解散した事件は業界を震撼させた。同社は米アカデミー賞を4度受賞したヴェテラン視覚効果マンのリチャード・エドランドが率いており、95年の『スピーシーズ』（監督：ロジャー・ドナルドソン）でモーション・キャプチャー・システム（注20）をいち早く起用し、入力デバイスに連動したアーマチュア（注21）の開発など、CGIにも意欲的に取り組んできた。

そんなエフェクトチームのよもやの倒産劇は、ハリウッドのクリエイターたちが「明日はわが身」という危機感を抱くには充分な衝撃だった。『エアフォース・ワン』劇中、大統領専用機が海面にバウンドして朽ちる迫力のクライマックス、そこに展開されたあまりにも粗雑なCGワークに、ボス・フィルムの断末魔の喘ぎを聞いた人も多いのではないだろうか。

デジタル・エフェクトの怒涛の疾駆がもたらした影響はそれに留まらない。従来の職人視覚効果マンやアーティストたちも次々と引導を渡されていった。

80年代にその名を馳せたエフェクトマンのなかには、そんな波風の煽りをモロにくらい、ついぞその名を聞かなくなったという人が多い。かつてはスペシャルエフェクト・スーパーバイザーや、特殊メイクアーティストのネームバリューで映画観賞の価値判断ができたほどだったにもかかわらず、今やそんな風潮は微塵もない。

だが、そんな状況下で劇的なまでの生き残りを遂げた者もいる。『スター・ウォーズ／帝国の逆襲』『ロボコップ2』（両作とも監督：アーヴィン・カーシュナー）で知られる天才モデル・アニメーター、フィル・ティペットは『ジュラシック・パーク』のゴー・モーション・エフェクト担当としてプロジェクトに参加する予定が、CGIにその仕事をとって代わられるという屈辱を眼前で体験する。だがティペットはそれをバネにし、血の滲むよ

注21／アーマチュア　[armature]
本来は彫刻などの仮枠や補強材を意味するが、ヴィジュアル・エフェクトの世界ではモデル・アニメーション撮影に使用する可動パペットの骨組みをこう呼ぶ。コンピューターに動きを入力する際のアーマチュアは文字通り骨組みだけで、各可動部位に入力デバイスが取り付けられている。

フィル・ティペット

うな思いでデジタル・エフェクトのノウハウを習得、自分のモデルアニメーターとしての技量と最新技術を見事に合致させ、後にティペット・スタジオにデジタル部門を設立する。そして『トレマーズ2』（監督：S・S・ウィルソン）や『スターシップ・トゥルーパーズ』（監督：ポール・ヴァーホーベン）の視覚効果を担当するに至ったのだ。

実際、個人技とテクノロジーが融合した、『スターシップ・トゥルーパーズ』におけるティペット・スタジオ担当の視覚効果は信じられないくらい完成度が高い。映画に対する称賛よりも、視覚効果スーパーバイザーであるティペットに対する絶賛の声を多く耳にするくらいだ。本作にアカデミー賞の視覚効果賞が与えなかったことを、まるで親でも殺されたかのように非難する者も多い。

だがティペットは、「技術はあくまで手段のために存在する、それに翻弄されてはいけない」と、現在のCG全盛のハリウッドをチクリと批判している。いささか教条的かもしれないが、ティペットの核心をついた発言には、現在のデジタル・エフェクト至上主義への警鐘が込められているのだ。

『スター・ウォーズ』はデジタル・エフェクトの未来を切り開くか？

『タイタニック』の世界的成功とは裏腹に、ビッグ・バジェットでリスクの大きいデジタル・エフェクトを多用した作品に対し、やはりハリウッドの映画製作者はいささか懐疑的になっているようだ。１９８０年代にも、視覚効果を多用したSF・スペクタクル大作が集中して製作され、同じような波の揺り返しがあったが、まさに「歴史は繰り返す」、90年代後半も似たような状況に陥っているといえる。『GODZILLA』の興行的敗因はその懸念を具現化したようなものだ、とする考えもあるようだ。

注22／ジョージ・ルーカス［George Lucas］
最近はすっかり自社の代表取締役に落ち着いているルーカスだが、映画を監督するのは、スター・ウォーズ以来、実に22年ぶりのこと。『THX－1138』（70年）、『アメリカン・グラフィティ』（73年）と3本しか商業作品を残していない寡作ぶりだけに、満を持しての登場に期待も大きい。しかし「本当に演出が出来るのか？」と長年のブランクを危ぶむ声もある。

注23／『スター・ウォーズ3部作特別編』［"The STAR WARS Trilogy Special Edition"］
１９９７年、『スター・ウォーズ』誕生20周年を記念して公開された

97年後半から98年前半にかけてアメリカで公開された『スターシップ・トゥルーパーズ』、『エイリアン4』（監督：ジャン・ピエール・ジュネ）、『ロスト・イン・スペース』（監督：スティーブン・ホプキンス）、『ディープ・インパクト』（監督：ミミ・レダー）など、デジタル・エフェクトをふんだんに盛り込んだ超大作も、『ジュラシック・パーク』や『インデペンデンス・デイ』といった作品のように3億ドル・クラスのメガヒットにまでは至っていない。

あのデジタル・エフェクトの申し子であるキャメロンが生んだ『タイタニック』ですら、メンタルなラブロマンスに興行価値を見いだし、視覚効果によるヴィジュアル・スペクタクルに評定の比重を置かない映画評論家もいるくらいなのだから。

そんな風潮のなか、来る99年5月には『スター・ウォーズ／エピソード1（仮）』が公開される予定だ。壮大なサーガの生みの親であるジョージ・ルーカス（注22）自らが再びディレクターズ・チェアに座るこの作品、視覚効果担当であるＩＬＭのデジタル・エフェクトチームが、ペンタゴン（アメリカ国防総省）が所有するコンピュータの約1.5倍に相当するシステムを導入してプロジェクトにあたったとまで噂されている。かつてモーション・コントロール・キャメラで視覚効果の革命を起こした『スター・ウォーズ』が、果たしてデジタル・エフェクトの革命をもひき起こすことができるのだろうかと、観客を含めて業界も興味津々なのだ。

そして、ルーカスの盟友であり、『ジュラシック・パーク』で自らＣＧ革命の先頭に立ったスティーヴン・スピルバーグも、自身の大ヒット作『ジョーズ』を、劇中のサメをＣＧで新たにクリエイトし直し、公開25周年の西暦２０００年に公開するという計画を発表している。メカニカル・シャークのアニマトロニクスが思うように作動せず、水中撮影で大

特別編。過去3部作の退色しかけたフィルムを修復、視覚効果をデジタルで修正し、さらに新シーンを追加した。結果はリバイバル上映としては類を見ない大ヒットで、特に最初の『スター・ウォーズ特別編』は1億3千万ドルという収益をあげた。なによりアメリカの観客は映画館の大スクリーンで再び『スター・ウォーズ』を観れる喜びに浸ったのだ。

日本公開では一部のファンの間で盛り上がったものの、「古典を劇場で観ること」に対して価値観の薄い一般大衆の支持は少なかった。ＣＧで新たにクリエイトされたジャバ・ザ・ハットの登場部分の評判は悪く、ただでさえ間延びする作品がさらに長く感じられたようだ。クライマックスのトレンチ・アタックは既に修正の域を越え、殆ど作り直されていたことに不満を抱いた者もいた。むしろコンピューターで合成マスクのぶれを修正し、当時不評だったクラウドシティのマットアートを3ＤＣＧに置き換えるだけに留めた『帝国の逆襲』が、元来のドラマの良さも相まって、その名作ぶりを改めてアピールした感もある。

いに辛酸を舐めたスピルバーグだけに、デジタルの威力を借りて作品をより完璧なものにしたいという欲求には逆らえないのだろう。また、新撮ＣＧセグメントを挿入した『スター・ウォーズ３部作特別編』（注23）が、新たな興行的価値を付与されて観客に迎え入れられた事実を考えれば、ハリウッドの商売上手として食指が動かぬワケがない。

しかし、既に歴史的傑作として評価が定まっている作品に手を入れる、ひいてはデジタル・エフェクトが過去の作品を侵食してしまうことに対し、クリエイターとして抵抗感はないのだろうかと思わず詰問したくなる。デジタル・エフェクトで作品を洗い直すことに対して、保存的見地（注24）からどのような見解がでてくるのか。これも目が離せない事項である。

国内の視覚効果事情と海外の視覚効果事情。かたや派手ではないが着実に地盤を固め、かたや華やかながら様々な問題を孕んでいるこの世界。ともすれば二律背反するこの二つの現状と存在、その前途をどういうスタンスで見守っていくかが、特撮ファンの課題であり、また愉悦とも言えるのではないだろうか。

（協力：伊藤純、下島千文）

参考文献

「シネフェックス日本語版」
（トイズプレス：刊、現在NO.15まで刊行）
専門語句が多く、ビギナー向けではないのですが、ヴィジュアル・エフェクトを深く理解するうえで皆さんにも強くお薦めしたい本です。
インターネットの【ＩＭＤｂ（インターネット・ムーヴィー・データベース）】も大いに参考になりました。これはアメリカ国内で［製作］［公開］された映画の細かなデータを網羅したウェブサイトで「どの作品にどの視覚効果・特殊効果スタジオが関わったのか」を検索することができます。インターネットにアクセスできる環境の方はぜひお試しください。

注24／保存的見地

１９８０年代、アメリカでは白黒映画にコンピューターで着色をするという技術が流行り、『素晴らしき哉、人生』などのリパブリック・ドメイン（版権フリー）の作品がカラー着色のターゲットとなった。しかし、これらに対し「過去の名作に対する冒涜である」という見識が強まり、それ以降アメリカ映画界はオリジナル尊重に厳しい姿勢を示すようになる。このことは90年の米映画財団設立と映画保存法の制定により、国の財産として映画保存が定められている現状からも推して知るべしだろう。

しかし、ここにきて『スター・ウォーズ特別編』のように「過去の作品をＣＧで作り直す」という新手の改竄も現われてきた。これは「当時の技術で最高の仕事を提供したクルーの存在を抹消する行為だ」という見解も相まって、いつかは問題視される事項であると考えているのだが……。

【この講義の読み方】学長・岡田斗司夫

▼「SF映画が自室で好きなときに、何度でも見れる」　ヴィデオおっとビデオの発売は、70年代のオタク誕生シーンにすさまじい影響を与えた。オタクたちはとにかくローンを組んででも、この夢のマシーンを購入した。LDが発売されたときも、その画質に驚きながらやっぱり借金してでも買ったものだ。まさしく「ビデオ・LDなくしてオタクなし」なのだ。▼しかしレンタルビデオ店の普及・衛星等による多チャンネル化によって、LDのポジションが危ぶまれている。「好きな映画を自分自身で持っていたい!」というハングリーな気持ちが、どんどん風化し始めているのだ。　▼この逆風の中、佐藤氏は天下恥じることのない、大LD野郎である。LDにひと財産つぎ込み、語りだせば名監督の演出法や製作秘話などという映画自身の話だけでなく、LDの画質やメーカー毎の画質や音響特性、必要充分な鑑賞環境まで講義してくれる。　▼今回、僕は氏に「LDはDVDに駆逐されてしまうんですか?」と問いかけてみた。氏の答えは僕の浅薄な期待以上、さらに本質的な解答となっている。

映画『ブレードランナー』のLD版(右)とDVD版(左)
発売:ワーナー・ホーム・ビデオ

【講師略歴】佐藤　良平　さとう　りょうへい

1964年秋田県生まれ。都下吉祥寺在住。数年前から文筆傭兵を生業とし、幾多の戦線を転戦する。月刊誌「フィギュア王」(ワールドフォトプレス発行)に連載中のコラム「リマスター大王」でCDやLDの最新動向をレポートしている。好きな音楽家はデイヴ・スチュワート&バーバラ・ガスキン、トッド・ラングレン、ロジャー・ウォーターズなど。オタク界での認定段位はLD初段。独身。

「大転換迫るヴィデオディスク市場」

第五講【LD・DVD論】

【講師】…佐藤良平(文筆傭兵)

この章では、コレクション目的のヴィジュアルソフトとしてヴィデオディスクを論じる。世間的に普及しているのはＶＨＳや８㎜ヴィデオだろうが、それらは販売用ソフトを買い集めるよりも、むしろ借りたり、自分で録画したりして楽しむのが主眼だからである。

ＬＤの未来は誰も知らない

過去十数年間にわたって、レーザーディスク（ＬＤ）は民生用としては非常なハイクォリティを誇り、かつ多数の作品を擁した映像メディアであった。これまで全世界で発売されたタイトル数は莫大なものに上り、販売用の単一ヴィジュアル・ソフト規格としては多分ＶＨＳテープに次いで史上第2位の生産数（注1）を有すると思われる。ハードとソフトが広範囲に普及しているため、ＬＤが今後ＤＶＤなどの新メディアに押されて、短期間で消滅してしまうとは考えにくい。

加えて、今までＬＤのハードやソフトを販売してきたメーカには、自ら育ててきたＬＤユーザを救済する道義的責任がある。ソフトの供給が途絶えたとしても、最低限、手持ちのソフトを使えるようにハード面でサポートし続けてもらわねばならない。

正直な話、今後ＬＤがどうなるのかを知っている人は世界中で一人もいないに違いない。パイオニアＬＤＣ勤務の或る社員氏は「あらゆる人から『ＬＤはどうなるんですか』と聞かれるんですが、こっちが教えてもらいたいぐらいですよ」と述懐していた。

ＬＤの未来は、一にかかって家電市場の動向、特にＤＶＤが普及する度合いによって決まる。事実、「来年こそＤＶＤにやられてＬＤがダメになる」と言われ始めてから、すでに去年までで三年が経過していた。ＤＶＤのスタートが早ければ、すでにＬＤは消えていたかも知れないのだ。

注1／ヴィデオグラムの生産数
通常、メーカ側はヴィデオグラムの生産数を公表しない。正直に公表する必要がメーカ側に無いからである。仮に具体的な数字が公表されたとしても、それが信頼に足るものであるか否かをユーザの立場から確認するのは難しい。
ただし、ＬＤと同時期にあったヴィデオグラムの規格であるベータ、ＶＨＤ、８㎜ヴィデオ、そしてビデオＣＤは、いずれも最終的なＬＤの普及規模に至らないまま衰退してしまったため、ＬＤが第2位であると推定した。

遂にLDボックス化される、TV版「ガンダム」の意味

今年のLDソフトの発売ラインナップは、LD市場が最終的な段階にさしかかったという様相を呈している。たとえば「機動戦士ガンダム」（注2）TV版のLDボックス化は、すぐれて象徴的な出来事だと言える。

リリースの権利を握っているメーカにとって「ガンダム」TV版のLDボックスは本当においしい商品である。出せば間違いなくベストセラーになるからだ。だからこそ、最後まで目玉として残しておきたかったのだろう。

しかし、LD化のタイミングを誤るとユーザが相手にしてくれなくなってしまう。すでにLDという商品が過去のものとなってからTV版「ガンダム」のLDを発売したのでは、ユーザから「今さらLDかよ」と言われてオシマイだ。発売元のバンダイビジュアルは「今年の夏がギリギリのタイミング」と判断したのだろうが、この読みは正しい。来年の8月では、明らかに遅すぎるのだ。

アニメ作品のヴィデオグラム化という点では、バンダイは依然として強い影響力を持ち続けるだろう。作品を制作または販売していた会社が解散するなどして権利が宙に浮き、絶版状態になっている旧作アニメは非常に多い。それをLDボックス化などの形で市場に蘇（よみが）えらせる作業を、バンダイは地道に続けているのだ。

地上波のTV局がアニメの再放送を切り捨てた今、過去の映像資産を有効活用するという点で、この種の再発は重要なムーヴメントである。同社による最近の再発作品の例を挙げると、一連の「宇宙戦艦ヤマト」シリーズ、魔女っ子もののTVアニメシリーズ、OVA『バブルガムクライシス』、「赤毛のアン」「フランダースの犬」などの名作劇場作品などがある。

すでにアニメヴィデオ業界の中では、新作

注2／「機動戦士ガンダム」
アニメ界とオモチャ界の双方に革命をもたらした、エポックメイキングな名作。TV版の初放映は、およそ20年前の1979年。以後、延々とシリーズ作品が作られ続けている。

の制作を進めるのと並行して旧作の再発を行なうだけの体力を持っているメーカが、非常に限られてきている。自社で権利を持っている作品のみならず、他社制作の旧作品まで積極的にラインナップに加えているメーカは、バンダイくらいのものだ。

　バンダイがアニメに意欲的になるかどうかで、ある程度アニメ業界全体の動向が左右されることになるという傾向は、今後しばらく強まっていくのではないかと思われる。

パイオニアＬＤＣが発売する、映画マニア向け商品

　ＬＤの老舗（しにせ）・パイオニアＬＤＣでは、昨年暮あたりから新しい傾向のタイトルを発売するようになった。ルーティンとなっている大作映画や話題作で堅実に稼ぐ一方、マニアックなユーザにターゲットを絞った商品を地道にリリースしているのである。

　具体的には、ヴィム・ヴェンダースやビクトル・エリセ、ジム・ジャームッシュ、それにテオ・アンゲロプロスといった、アーティスティックな監督の手になる旧作を次々にボックス化しているのだ。これらの中心になっているのは「かつてＬＤ化されたことはあったが、とっくに廃盤になっていて、現在の中古市場ではバカ高いプレミアが付いている」という作品ばかりである。

　先ごろ、東和ビデオがＡＴＧ（アート・シアター・ギルド）作品のラインナップを獲得したが、これのヴィデオ販売はＬＤＣが行なう。今年後半からは、ＬＤＣが二次にわたって「ＡＴＧ傑作選」というタイトルのＬＤボックスを発売する予定だ。

　これらは、再発の際にリマスター（注３）によって画質が向上したり、未ＬＤ化作品を抱き合わせでボックス化したり、解説書などの附録が付いたりという付加価値を持っている。しかし、商品の性格に関して言うなら、中古

注3／リマスター［Re—Master］
　大量生産に適した形態のソフトを作るための原形となる情報を、オリジナルの情報から作り上げるのが「マスタリング」という工程だ。
　原則として、映画などの映像ソフトの場合、オリジナルの情報は画面を光学フィルムに、音声情報を磁気テープに記録して保存してある。音楽ソフトのオリジナル情報は主に磁気テープに保存されている。家庭用のソフトを作るには、それらオリジナルの情報から複製を取り、家庭用に適した形に情報を変換する必要がある。
　一般的に、映像の場合はオリジナル情報が35㎜のネガフィルムに記録されている。これをレーザ光で読み取って電気信号の形に変換し（この作業をテレシネという）、それからヴィデオカセットやLDなどの民生用規格で大量に複製する。
　音楽の場合、1970年代以前に録音されたものであれば、オリジナルの情報は2チャンネルのオープンリールテープに記録されていることが多い（このテープを「マスターテープ」と呼ぶ）。マスターテープを再生してアナログ音声を取り出し、その信号をA／D（アナログ／ディ

LD市場の先取りを狙っているのではないかと思わせる面もある。

その他のメーカが掲げている今後のLD発売予定を見ても、すでに「落ち穂拾い」という段階は去年までで終った感がある。LDで儲けられる最後のチャンスだというので、意外なTVアニメや特撮番組のLDボックスが次々と発売されたのが、ここ2～3年の傾向だった。今年はというと「重箱の隅」とか「これもあったか」というレヴェルにまで達している。

今年まで待っても一度もLDで出なかった作品は、権利関係で難があるか、売れ行きの見込みが立たないなどの障害により、発売が見送られたと考えられる。よって、今後DVDなどでリリースされるのも同様に困難だというケースが多いのではないかと思われる。

「いつまで観られるのか？」——LDユーザの不安

これから先、LDについて心配すべきなのは「いつまで安心して観られるか」ということに尽きる。具体的には「手持ちのハードウエアのメンテナンスをキチンとしてもらえるのか」ということが一つと「手持ちのディスクが劣化する惧れがないか」という二点だ。

前者について言えば、最後のLDプレーヤが製造停止になって8年後には、メーカが補修用部品を持つことを免除されるので、それ以後はハードの修理が受けられなくてもユーザは文句を言えない。そうならないことを祈るのみだ。仮にそういう事態が起こった場合、ディスクの内容を退避させる目的で、他のメディアにコピーを取らねばならなくなるだろう。

後者に関しては、まったく未知数である。レーザーディスクは、たかだか16年間の歴史しか持たない。そのため、ディスクの実質的

ジタル）コンヴァータで変換してディジタル信号にしてから、CDなどの複製物を作る。

今日、多くのマスタリング工程はA／D変換の過程を通ることになる。この部分はコンピュータ技術が密接に関わっており発展が著しいため、陳腐化するのも早い。したがって、たとえ同一の作品であっても、常に高い品質のソフトを提供し続けるには、その時々の最新技術を使ってマスタリングをやり直さねばならなくなる。これが「リマスター」である。

最新のリマスター動向は、次のようなものだ。CDの規格には「16ビット直線」という限界があるため、その範囲内で如何に緻密な音声情報を再現できるかを競うようになっている。具体的には、最初から16ビットでマスタリングするのではなく、一旦20ビットや24ビットという高解像度のマスターを作ってから、それを巧妙に16ビットまでダウンコンバートするという手法が花盛りになっている。LDなどの映像ソフトに関しては158ページから紹介してある通り。

な耐用年数というのは誰も測ったことがないからだ。この問題については、ユーザ全員が揃って実験中だとも言える。

　LDの透明部分はアクリルでできているが、アクリルは水分を透過する性質がある。そのため、アクリルでサンドウィッチにされた金属製の信号記録面は、いずれ腐食する（＝錆びる）運命にある。個々のディスクによって、腐食の進行が早いか遅いかの違いしかないのだ。

　その他にも心配事がある。

　今後、日本国内のLD市場が上向かないとしたら、経営側はディスク生産設備の更新に対して消極的になる可能性がある。償却ずみで性能が劣化したため、本来なら置き換えてしかるべき古い生産ラインを、だましだまし無理して使っていくことにもなりかねない。

　これは新しくプレスされるディスクがユーザに提供する画質や音質、あるいはディスク自体の精度や保存性にも直接の影響がある、重要な事項だ。「LDは昔の方が画質が良かった。最近の新譜はどうも画質が悪くなっていくようだ」ということにだって、なりかねない。今後、注意深く見守っていく必要がある。

LDソフトは、ヴァージョンで全部違う

　ここで、簡単にLDソフトのヴァージョンアップについて触れておきたい。同じ作品でも、ソフトの制作時期や技術的な進歩によって、さまざまなヴァージョンが発売されてきた。

　ハリウッド製の大作映画が米国でLD化される場合、異なるヴァージョンで幾度もリリースされているのが普通だ。以下で典型的なパターンを紹介しておこう。

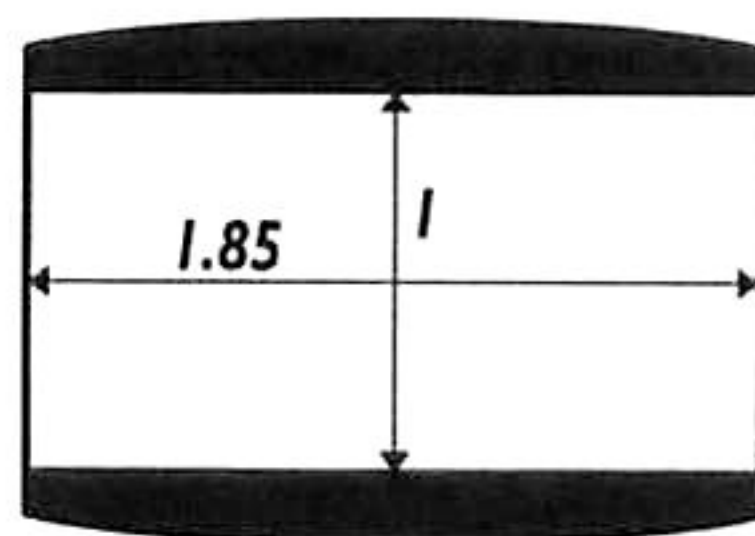
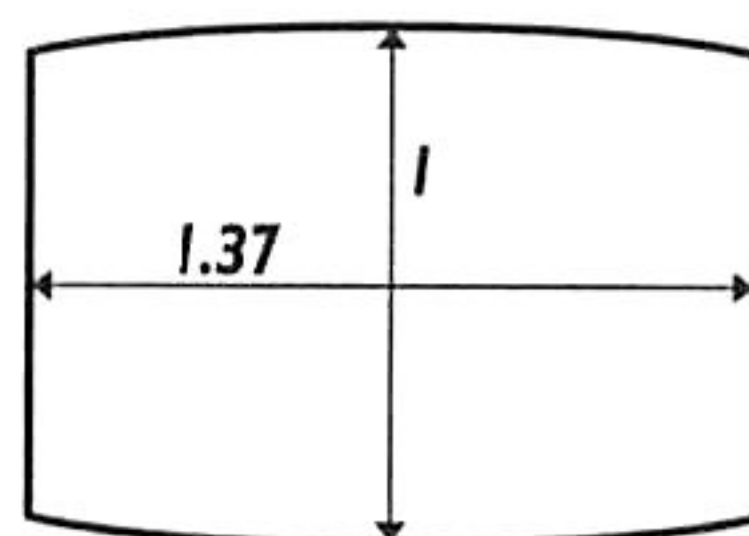
（1）世界初LD化。もっとも原始的なLD。画面アスペクト（注4）は黒味がないスタンダードサイズ。当時の技術的な限界から、高いクォリティは望めない。音声はアナログのみで、その多くはフィルム素材の光学トラック

注4／画面アスペクト
　現在、一般的な映画の画面の縦横比（アスペクト）は、スタンダード、ビスタ、シネスコ（シネマスコープ）の3種類がある。
　各々の画面をノートリミングのソフトで見ると、ブラウン管では左のように表示される。

1.37　1

スタンダード

1.85　1

ビスタ

からコピーされたものだった。

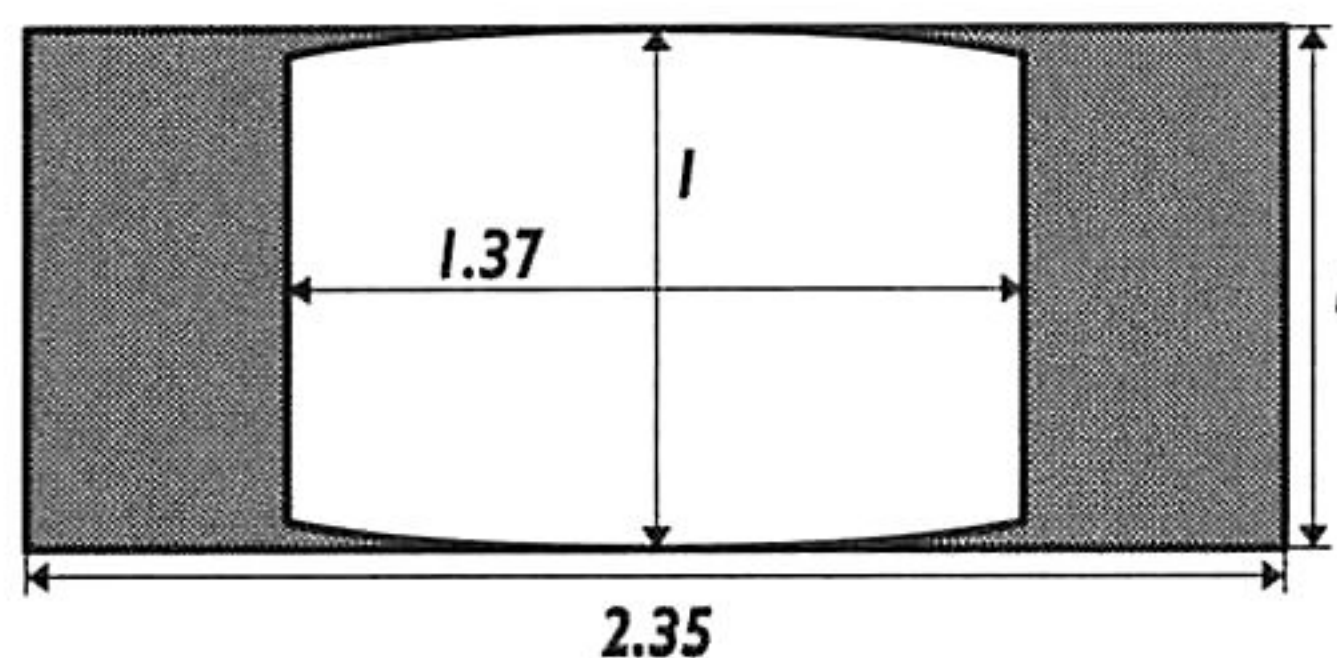
（2）初のレターボックス（ワイドスクリーン）化。ただし、初期のワイド版ではネガテレシネとD2ディジタルプロセスが現場に導入されていなかったため、あまり画質は良くない。音声のマスタリング用素材として磁気テープが使われるようになったのは、この時期だ。LD自体の音声が初めてディジタル化されたタイトルも出始めた。この頃には「ノーカット版」を謳ったディスクが多かった。それまでは、ソフト化に際して作品を適宜カットして短くするケースが珍しくなかったのだ。

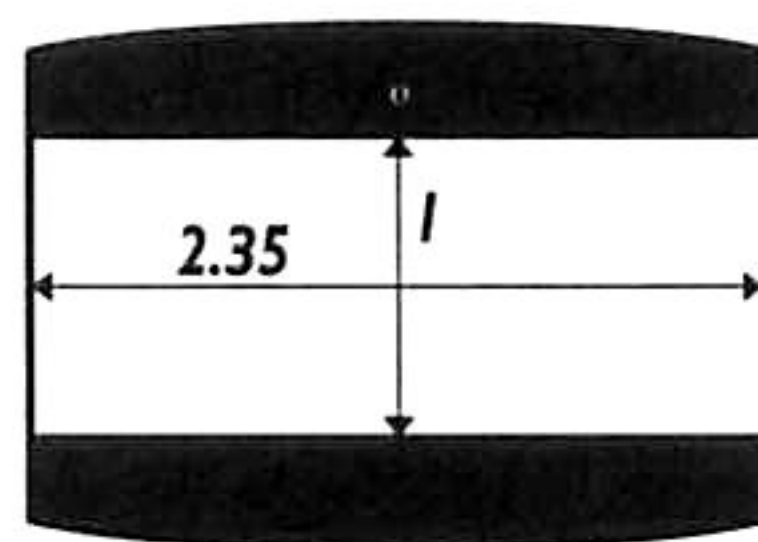
（3）THX―LD版。ジョージ・ルーカスが提唱したLDの制作工程管理基準である「THX―LD」の採用によって、ソフトの画質が大幅に向上した。「ネガテレシネ＋D2マスタリング」の導入が第一次LD画質革命だとするなら、THXは第二次のLD画質革命であった。以後、大作映画のLDはTHXが標準になる。

（4）ドルビーデジタル版。音声を5.1チャンネルのサラウンド対応にリミックス。十全な再生には、専用デコーダやサラウンド用スピーカなどの設備が必要となる。

（5）スペシャルコレクション版。「公開○周年記念」などと銘打って発売される。本編のテレシネがやり直される他、メイキングフィルムや関係者のインタヴューなどの附録が付いたボックスセット仕様になることが多い。いきおい、値段が高くなる。

（6）クライテリオン・コレクション版。米国のヴォイジャー社が独自に制作したスペシャル版で、非常に充実した附録（注5）が付く。

（7）dts版。音声をdts規格でリミッ

シネスコで撮影された画面の左右を切り、スタンダードサイズ相当までトリミング

たとえば、シネスコで撮影された劇場用作品をヴィデオグラム化する際に画面の左右を切り、スタンダードサイズ相当までトリミングすると、オリジナルの画面が持っている情報の実に43％あまりが切除されてしまうことになる。

シネスコ
（シネマスコープ）

クスし直したもの。1997年から米国のLD市場に導入された。再生にはdts対応の専用再生機器一式が必要。日本国内では未だdts—LDのソフトが発売されておらず、対応ハードウェアはヤマハ1社のみが販売中。

これらすべてのヴァージョンが発売されたというケースは稀だが、たとえば同一のヴァージョンで（3）と（4）の処置を同時に施したとか、（5）を発売する際にそれまで不備だった点を一挙に改訂するなど、時期が前後して複数の作業が行なわれることもある。

その結果、最終的には「ワイドスクリーン・THX—LD・ドルビーデジタル」の三拍子が揃ったLDが最新版、という作品が圧倒的に多くなった。ちなみに、これらの三要素を満たしたマスターを作っておけば、あとは少し手を加えるだけでDVD用のマスターに流用できる。

日本では、上記の各ヴァージョンに加え、ハイビジョン版のLDやワイドテレビに対応したスクイーズ版のLDが追加発売されている場合がある。もう馬鹿馬鹿しくなるほど多くのヴァージョンが販売されてきたのだ。

今後、LDコレクターにとっては「米国プレスLD（輸入盤）」が新しいフロンティアになるかも知れない。米国市場ではLDからDVDへの移行が日本ほど急激でないため、これから先もまだまだLDの発売は続くとみられる。

特に、日本ではとっくに絶版になったアニメ作品が、英語版の発売で息を吹き返すというケースが多々ある。米国ではLDの販売価格が日本より安いから、インターネット通販を使えば安価にLDを入手することができる。

一周遅れのLDコレクターになろう

いまヴィジュアルソフトのコレクションをゼロから始めるなら、DVDを買うのではな

注5／クライテリオンLDの附録

実例として、クライテリオン版『未来世紀ブラジル』ディレクターズ・アプルーヴド・エディションの内容を列記してみる。LD5枚組・全10面を特装ボックスに収納。なお、この商品は米国内での販売を目的として制作されたものであり、日本語字幕や日本語の吹替え、解説文の邦訳などは付いていない。

◎本編をノーカット・ノートリミングで新規にテレシネし、CAV仕様で収録。設定チャプター数は本編内だけで35にのぼる。サウンドトラックは、マグマスター（磁気テープ）に記録されていた2チャンネルのドルビーサラウンド信号をデジタル音声に収録。アナログの副音声では、テリー・ギリアム監督自身が場面に合わせて撮影時の裏話をコメントする。

◎附録のタイトルと目次
ギリアム監督自ら出演して口上を述べる。「やあ、僕はテリー・ギリアム。クライテリオン・コレクションの附録パートへようこそ。この映画の秘密をすべて教えよう」。

◎劇場用予告編

◎記録用と宣伝材料のスチル写真
［静止画98点］

く、ウラをかいてＬＤで集めるというのも一つの方法である。

ＬＤは十年以上の歴史があるから、市場に蓄積されてきたソフトの多様さは今日のＤＶＤの及ぶところではない。ソフト業界がリリースできるソフトの点数は、いつもだいたい「毎月○点」と定まっている。よって現在のＬＤソフトが持つ選択肢の幅をＤＶＤが獲得するためには、相当な期間が必要になるだろう。

ソフトのコレクションをＤＶＤ一本に絞ったせいで「アレはまだＤＶＤにならんのかいな」「コレは何時になったら出るやろか」と気を揉むより、お目当ての作品をサッサとＬＤで買ってしまった方が、精神的にラクなのではないかと思う。

ちなみに、新作とはいえない古い作品のＬＤ化に関しては、私もかなりイライラした経験がある。ソフト化の時期については作品の権利を持っている会社が決定権を握っているので、ユーザはメーカの販売戦略に振り回されがちなのだ。おそらくＤＶＤについても、ＬＤソフトの歴史と同じことが繰り返されるだろう。それでも、ＬＤについて言えば「アレが欲しいんだけど、遂に出なかったな」というタイトルは、私の場合には殆どなくなった。

メリットは、まだ他にもある。

これからしばらくの間は、新しもの好きなだけで賢くないユーザが、ロクにソフトの内容を吟味することなく、カッコ良さだけでＬＤからＤＶＤに乗り換えるという動きが必ず出てくる。加えて、ディスクの在庫がダブついているメーカが、倉庫代や税金を節約するために、手持ちの新品同様のＬＤを捨て値でどんどん処分する。

かくて、格安のＬＤが中古市場に大量に出回ることになる。現に未開封や新品同様のＬＤが定価の半額以下の値段で流通している。

したがって、ある程度の画質のソフトを、できるだけ広い範囲のタイトルから選んで手許に置きたいなら、現段階ではヘタにＤＶＤ

◎プロダクション・ディザイン（撮影用セット）について　［静止画の写真と文章で説明］
『未来世紀ブラジル』の世界観の源流／『未来世紀ブラジル』の世界が持つ色調／ロケ撮影現場の選定／セットの組立て／小道具／劇中で使われた宣伝用ポスターと看板／劇中で使われた小切手、公式文書、文房具のディザインを紹介
◎夢の場面を描いた絵コンテ［実物を撮影。劇中で使用されなかった部分を含む］
第１の夢／第２の夢／（中略）／第９の夢／夢の場面の特殊効果について
◎脚本の改稿［インタヴュー映像］
初稿／第２稿と注意点／Ｃ．アンダーソン（共同執筆者）との初稿／共同執筆者のコメント／トム・ストッパードとの初稿／トム・ストッパードの回想
◎台詞の執筆について［担当者インタヴュー］
◎衣装ディザイン［担当者インタヴュー］
◎音楽について［音楽を担当したマイケル・ケイメンのインタヴュー］
◎公開記念に米国内で放映されたＴＶ特番「『未来世紀ブラジル』って

に手を出すよりＬＤを集める方が賢いということになる。

ただし、中古のディスクを買う時は、反(そ)りや傷のチェックを忘れてはならない。ものによっては保存状態が良くなかったり、ノイズが発生したりしている場合もある。

一般的な傾向として、ＬＤは多かれ少なかれ経年変化が生じるので、製造時期が古いディスクを買う時には用心した方がいい。仮にジャケットがぜんぜん傷んでいなくても、ディスクが反っているために再生が困難だという場合もある。

以上のような難点を承知した上でなら、趣味としてのオーディオヴィジュアルは、ＬＤメインでも今後しばらくイケるだろう。

ハードウェアに関しても、今ならＬＤが有利だ。安定した性能を持ったプレーヤが安く売られているからである。ＬＤのハードは長い期間に亘って作られているため、製造上の弱点が攻略され尽くしているので、どのモデルでも安心して買える。

個人的には、もう何年か経ってＤＶＤがＣＤなみに普及した時、ＬＤは現在のＬＰレコードのような、趣味的なポジションに落ち着くのではないかと考えたいところだ。

ＤＶＤは安上がりにならない

ＬＤの置換用メディアとなるべく期待されているのがＤＶＤである。しかしながら、ＬＤからＤＶＤへの切替えが家電業界の目論見(もくろみ)どおりにスムーズに進行するとは考えにくい。

市場におけるＤＶＤの問題点とは何だろうか。

まず、普及当初に「ＤＶＤはＬＤよりも安い」という幻想を振りまいたのが良くなかった。たしかにハードに関しては、ＣＤプレーヤにチップを１個追加すればＤＶＤプレーヤになるようなものだから、安く作ることは可能だ（しかし、ここ２年ほどのＬＤプレーヤの値崩れだって相当なものである）。

何？」（30分）を全編収録。スタッフ・キャスト総出演のメイキング・フィルム。本編で使用されなかった特撮シーンも含まれている。

◎「ア・ヴィデオ・ヒストリー」
制作開始から劇場公開に至る経緯について書かれた本『ザ・バトル・オヴ・ブラジル』のヴィデオ版。公開前に作品をカットしようとした配給会社の重役たちとギリアム監督との争いを、録音テープや手紙の記録などから再構成。

◎ＣＡＴＶ放映用に改悪されたヴァージョンを全編収録［どこがどのように改悪されたかを副音声で指摘してある］

これらの情報が、印刷物にではなく、すべてディスクに収録されている。附録全部に目を通すには、ヘタをすると映画本編を観る何倍もの時間が必要になってしまう。

より大きな問題はソフトにある。もうそろそろユーザにもバレているはずだが、DVDソフトがLDより安く買えるというのは例外的なケースに留まっている。具体的に言えば、ハリウッド製の大作映画のDVDは安いものもあるが、それ以外のDVDはLDに比べて劇的に安いわけではない。メーカによっては、LDとまったく同価格のタイトルも多い。

理由は簡単である。ソフトの販売総数が増えなければ、ソフト1本当たりの単価を下げることはできない。この原則に逆らうと、仮にLD時代と同じペースでDVDソフトが売れたとしても、ソフト会社は減収となる。

現在のソフト市場では、ソフトの価格を下げたとしても、安くなったぶんだけ余計に売れるという保証はどこにもない。特にヴィデオ市場にはレンタルヴィデオという強力な制度があるため、ソフトの値段を少々安くしたところで「レンタルでいいや」というユーザをソフトの購入まで踏み切らせるのが難しい。彼らにとって、映像ソフトというのは「わざわざ買ってまで観るほどのものではない」のである。

DVD普及のカギは、オタクが握る

日本のオーディオヴィジュアル市場では、新しいハードを買ってくれる主体はオタク層である。自分が観たいソフトが新しいメディアで発売されれば、何としてもそれを再生する必要があるからだ。

オタクは「自分が好きなソフトには惜しみなくカネをつぎ込む」という特性を持っている。かつてLDを上回るクォリティのソフトとして「ハイビジョンLD」というのがあったが、ご存知のように不発に終わった。失敗の原因の一つは、オタク層にハイビジョンLDを買わせるための魅力的なソフトがほとんど出なかったことである。

オタク必携のアイテムである『2001年

宇宙の旅』や『ブレードランナー』をはじめとする名作SF映画群は、遂にハイビジョンLDで発売されなかったし、アニメ作品に至っては全くリリースされていない。この時の反省がDVDの商品展開に活かされているはずだ。

実際、もっともDVDに意欲的なメーカであるワーナー・ホーム・ビデオが初めて発売したDVDのラインナップには『ブレードランナー』が含まれていた。また、人気アニメ「新世紀エヴァンゲリオン」のDVDソフトは記録的な売上げをマークし、昨年度のDVD普及の牽引車的な役割を果たした。

今のオタクは、すでにパソコンに馴染んでいる。敏感なユーザであれば、すでにDVDドライヴを自分のパソコンに装備しようと計画している人も多いだろう。だったら、彼らにDVDプレーヤを買わせる手間は不要になる。パソコンのディスクトレイにDVDソフトを滑り込ませるだけでいいのだ。かくしてDVDソフトは、ますますオタク向けに特化していくに違いない。

DVDソフトの値段を安くできない理由

ヴィデオグラムに関して「オタク」という市場は専らLDが独占していた。が、これからしばらくはDVDとLDの綱引きになり、次第にLDがフェイドアウトしていく、というのが現在考えられている有力なシナリオである。

家電メーカはDVDをLDと並行して売っていくのではなく、LDの置き換え用メディアとして位置づけているのだ。「LDの次はDVDですよ」というわけである。したがって、従来LDを買っていたオタク層がそのままDVDにシフトするに過ぎず、ソフトの販売総数はちっとも増えないという結果になる。

そのため、ソフトの値段を下げれば下げるだけソフト会社は減収になり、縮小再生産の

循環に追い込まれて、ソフトを制作するための予算が圧迫される。これではヴィデオソフト業界は立ち行かない。

特にオリジナル・ヴィデオ・アニメに代表される「多品種少量生産で、小まめに回していく」というビジネスの場合、ソフト価格の値下げは作品のクォリティに壊滅的な打撃を与える。オタクは目が肥えているから、クォリティが低いソフトを受け入れず、ユーザのアニメ離れが起きてしまう。それでは元も子もない。こういった理由で、LDからDVDに容れ物が代ったからといって、ソフトの値段が下がるということはあり得ない。

惜しい話だが、DVDという規格には非常に面白い機能も含まれている。たとえば、DVDには同一の場面を複数の視点から見られる「マルチアングル」という機能を持たせることができる。これを活かせば、一本の映画を二倍に楽しめる計算だ。

しかし、ちょっと考えれば判ることだが、一本の映画を全編マルチアングルで制作すれば単純に映画二本分の予算が必要になる。撮影用のセットだって余分に要るし、編集作業の手間は二倍では済まないだろう。アニメの場合は、作画枚数が二倍になってしまう。このように、映像作品の制作現場ではDVDのマルチアングル機能など、ナンセンスなものでしかない。

DVDお得意の静止画情報を入れるにしろ、吹替えを複数の言語で入れるにしろ、元来2チャンネルステレオだった映画の音声を最新の5.1チャンネルにリミックスするにしろ、実施するには予算が必要になる。

つまり、DVDという器に見合った新しいことをやろうとすると、必ず余計にお金がかかる。しかし、いつもピーピー言っている日本国内のソフト業界では、どこを叩いても余分なお金など出てこない。よって、マルチアングルをはじめとするDVDの諸機能は、遂に一般化しないまま終わってしまうのではな

いかと予想されるのである。

ハリウッド映画DVDの世界戦略は成功するか

現在の日本では、ハリウッド映画のDVDだけが低価格でがんばっている。あれは世界全体が市場なので、薄利多売を狙って日本国内でのソフト価格を下げることができる。しかし、日本人だけを相手にして細々とソフトを売っている日本のソフト会社には、そんな売り方は逆立ちしてもマネできない。

従来であれば、VHSソフトにしてもLDにしても一応の公定価格のようなラインがあった。映画の興行でも、日本映画を観ようがアメリカ映画を観ようが、映画館の入場料は変わらない。

しかしDVDには、現時点ではこれといって決まった値段がない。それを良いことに、日本の作品より値段を下げることができるハリウッド映画のDVDが、新手のアメリカ帝国主義よろしく世界のソフト業界を席捲（せっけん）しつつある。この動きは、たくさんある映画館の前で「ヨソさんの入場料は1800円だけど、ウチの映画ならどれでも1000円で見せますよ」と言って客寄せするのと同じ効果を持っている。

ユーザから見れば、見かけが派手でそこそこ面白くてクォリティも高いハリウッド映画のDVDが、日本製の貧乏臭い作品のDVDより安いというのは、願ったりかなったりである。嫌でもハリウッド映画の方を選んでしまうのが人情というものだ。

「これも外圧による規制緩和の一環である」と言われれば、それまでの話である。しかし、DVDという新規格の導入によって日本のヴィデオソフト業界が高波を食らっているのは、まぎれもない事実であろう。

DVDには複数の言語の字幕を内蔵させ、必要に応じて呼び出すことができる。数カ国

注6／地域別コード

DVDファミリーの中で、主に一続きの動画と音声によって構成される映像ソフト用の規格を「DVD—VIDEO」と呼ぶ。DVDヴィデオは、各国の経済発展の度合いやソフト産業各社の思惑により、地図で示したように地域分けがなされた上で製造・出荷されている。世界は6つに分割され、異なる地域どうしでソフトの流入・流出が起きないように意図されている。原則として、ある地域内で販売されるプレーヤは同一の地域で売られているソフトしか再生できず、他地域で流通しているDVDは受け付けない。

将来、中国は一国だけで独立した巨大な家電製品市場になると見込まれているため、世界で唯一「1国1地域」として扱われる。DVDの地域マップでは、国際政治の世界とは裏腹に香港とマカオが中国から切り離され、台湾や韓国と同じ地域3に含まれていることにも注目すべきだろう。ちなみに、日本とヨーロッパ圏は地域番号2を共有しているものの、TV受像機の方式が日本はNTSC、ヨーロッパはPALと異っており、ソフトの互換性が保たれてい

語に対応させることも可能だ。これをうまく使えば、世界中どこで誰が観る時でも1枚のディスクで用が足りるという、非常に便利な仕掛けである。製造する側から見れば、一つの作品につき世界中で一種類のディスクだけを製造すれば済んでしまうので、スケールメリットは計り知れない規模になる。

　しかし、現在のDVDには地域別コード（注6）が設けられていて、米国でプレスされたディスクが原則として日本では観られないという仕組みになっている。これが皮肉なことに、結果として日本のヴィデオグラム市場を保護する役に立っているのだ。

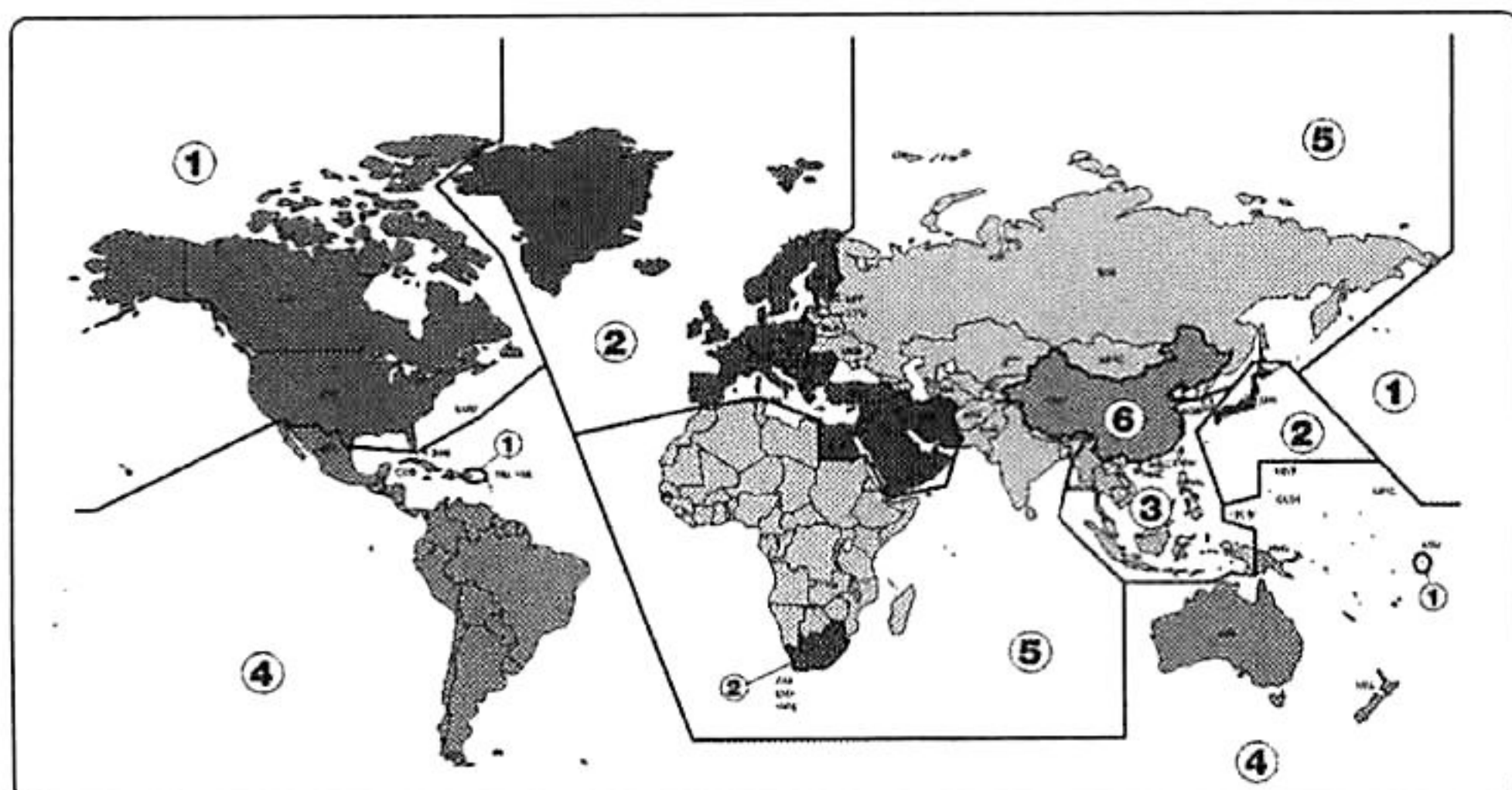
　もしDVDの地域別コードが存在せず、米国プレスのDVDに日本語字幕が付けられて、それが日本でも米国並みの低価格で大量に販売されたとしたら、一体どうなるだろう？　日本のソフト会社は太刀打ちできず、大きな打撃を受けるだろう。

　日本以外の市場でも、DVDは脅威となり得る。なにしろDVDディスクの生産コストはヴィデオテープに比べてかなり安い。低開発国にもCD用ハードは普及している。それらが償却によってDVDプレーヤに置き換われば、世界中のユーザがDVDを買ってくれるようになるという計算があるのかも知れない。

　しかし、それもDVDが家電メーカの思惑通り、広範囲に普及すればの話である。少なくとも日本国内においては、DVDが広く普及することなくマニア向けの商品に留まり、LDと同じような小規模でマニアックな市場が再び展開されるだけなのではないかと予想されるからだ。

DVDが抱える機能上の問題点

　現在、DVDは無敵のメディアであるかのように宣伝されている。しかし、メーカ側が製品のデメリットを宣伝しないために、ユーザからは欠点が無いように見えているだけな

ない。そのため日本も中国と同じく、事実上「1国1地域」になっていることに注意してほしい。
　DVDソフトの中には、少数ながら地域コードを持たない商品もある。その種のDVDは、どの地域で販売されているプレーヤでも同じように再生できる。

DVDヴィデオリージョンマップ

のだ。

使い勝手の面で、現行のDVDプレーヤがLDに劣っている点はいくつもある。演奏時間を指定したランダムアクセス（何分何秒から再生スタートするなど）ができないこと。総演奏時間の表示ができないこと。可変速再生が不備であること。ハードの種類にもよるが、これらはLDでは可能でDVDでは不可能な操作の例だ。

ソフトの面では、信号が圧縮されているために画面上で不自然な箇所が残っているという問題点を挙げれば充分だ。これはDVDの機構上、まず避けられない欠陥であって「どれほど器用に回避できるか」という消極的な対処方法しかない。が、これらの欠点は、徐々に解決されていくだろう。

メーカ側はしきりとDVDが持つ優秀なクォリティを宣伝している。しかし、一般大衆は映像や音声のクォリティなど知ったこっちゃないのである。LDもハイビジョンも、クォリティを最大の売り物にしていたが、最終的には広く普及するに至らなかった。ユーザにとって日常用の家電製品で優先される点は、まず価格。次に便利さ。それから製品自体が持つイメージ。画質や音質といった実質的な性能は、ずっと下位になる。

まして、DVDは冷蔵庫や電子レンジなどの商品と違って「あれば良いが、無くても困らない」という性質の商品である。VHSのヴィデオデッキに勝てるだけのメリットがDVDプレーヤにあるかというと、それは怪しい。現在のDVDはLDと同じ再生専用で、録画できないからだ。DVDの優れた画質も、14インチサイズのTVで観ればLDやVHSと何ら変らない。「とりあえず観られればいいんだ」というユーザに対して「それでもDVDを買え！」と迫るのは無理がある。

注7／400万円のCDプレーヤ
ワディア7＋9を中心とするシステム。CDを回して信号を取り出す部分と、D／A変換を行なう部分が独立しており、それぞれに別個の電源部を持つ。
信号ケーブル用のユニットを含め、5個の筐体が揃って初めて1台のCDプレーヤとして機能する。しめて419万円。もちろん、音を出すには、これらの他にアンプとスピーカーが必要になる。

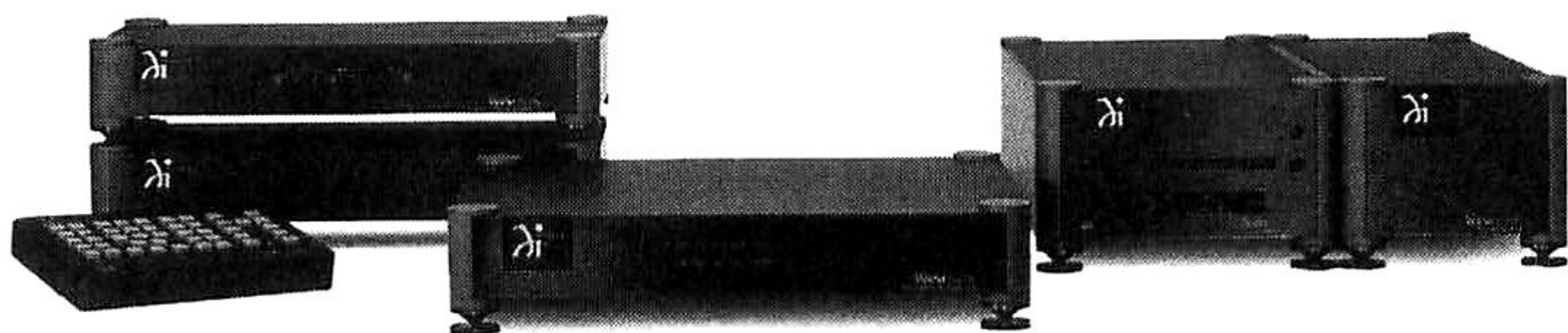
現在のDVDには、「信号の質」を期待できない

現段階でDVDが抱えている最大の問題は、特にハードウェアの面において、コンピュータ畑の人間が開発を担当していることだと思う。これは当然の現象で、当初からDVDはオーディオ用・ヴィデオ用と共にコンピュータ用ソフトの容れ物として構想されていた。しかも、画像や音声の信号を圧縮するためにはコンピュータ技術が不可欠であり、それがむしろDVDの心臓部とも言える存在になっている。

しかし、オーディオやヴィデオの世界では「単に信号の受け渡しができる」という事実だけをもってハードウェアに満足することはない。10万円のヴィデオデッキと20万円のヴィデオデッキでは画質が違う。まして、10万円のCDプレーヤと100万円のCDプレーヤでは、ぜんぜん音質が違うのだ。そこに差を見出すのが、オーディオやヴィデオを扱うマニアックな趣味の世界である。

コンピュータ屋の世界では「計測値が同じであれば、そこには差は無い」とする。音質を最優先に考えて製造された400万円のCD－ROMドライヴなんて、私は聞いたことがない。もちろん400万円のCDプレーヤ（注7）ならば、現に存在する。そういった商品を作る会社があるし、それにお金を払って買うお客もいる。

オーディオの世界では、同じ特性を持っている部品を1個取り替えただけで音が変わってくる。そこには好みや趣味性が入り込んでくる余地がある。かたやコンピュータの世界では、同じ特性の部品が二種類あるとしたら、安価な方を選んで何の問題も生じない。そこに差を見出そうとする者は馬鹿呼ばわりされるだろう。

しかし、映画や音楽の制作現場にはコンピュータ世界の尺度で割り切れない曖昧（あいまい）な要素

がゴロゴロしている。フィルムやテープに定着された作品には、数字や理屈では説明できないことが無数に含まれているのだ。

そういった不確定要素の多い作品の容れ物として、また記録再生のシステムとして、コンピュータ技術だけを重視した方式が適しているとは、私には思えない。私はＤＶＤを否定しようとしているわけではない。が、現在のＤＶＤシステムのあり方には問題が多いと考えざるを得ない。

思えば、ＬＤという規格を推進した中心的なメーカがパイオニアであったというのは、非常に幸運な事実であった。彼らはオーディオメーカとして長く活動してきたおかげで、ＬＤのシステムを信号の受け渡しのみを以てよしとせず、「信号の質」という事項を尊重する必要を自覚していたからである。

少なくとも私は、コンピュータ用のディスプレイと、小さな外付けスピーカを使ってＤＶＤの映画ソフトを観ようとは思わない。私に言わせれば、それは何かが間違っている。映画や音楽を作っている人々は、そういう受け取り方を望んでいないのではないかという、漠然とした不安が残るのだ。

「マスタリング」という工程の重要性

ＤＶＤという規格が備えている特性が、ＶＨＳやＬＤに比べて優れているのは明らかだ。だからといって、現在発売されているＤＶＤソフトのすべてがＬＤに優るクォリティなのかというと、それは違う。極端に言えば、ホームヴィデオのＶＨＳテープを母体にしてＤＶＤソフトを作ることだって可能である。コンパクトカセットに吹き込んだ音楽からＣＤを作れるのと同じだ。これらの場合、ＤＶＤやＣＤという規格がいくら優秀でも、それは結果として無意味である。母体になっているＶＨＳなりカセットなりが元々持っていたクォリティを、出来上がったソフトがしのぐこ

とは絶対にない。

ＤＶＤでもＬＤでも同じことだが、現に存在する規格を１００％活用し、規格で定められた限界に迫るソフトを作るというのは、実に大変なことなのだ。非常に困難であると言っても良い。

まず、ソフトの素材となるフィルムやテープを吟味しなくてはならない。どのネガフィルム、どの磁気テープをソフトの素材として使うのか。これを選ぶ能力があるスタッフ、選ぶ努力、努力を可能とする時間と予算。これらすべてが満たされていなくてはならない。

さらに、吟味が終わった素材から如何にして高精度なソフトを作っていくのか。この段階では、高精度な機材が揃っていることと、それらを使いこなすためのノウハウが必要になる。

これらの工程をマスタリングという。

上で述べた理想的な条件を満たした上でマスタリングされているＣＤやＬＤは、ほんの一握りである。世間に出回っているソフトの多くは、程度の差こそあれ、とりたてて何のくふうもなく右から左へと機械的にマスタリングされた結果の産物であるに過ぎない。

本当に手間ヒマかけて作られたソフトは、それがＬＤでもＤＶＤでもＣＤでも、たとえ無印のＶＨＳテープであっても、すごいクォリティを発揮する。しかし通常の採算ベースだと、そこまで手間をかけられるケースは稀なのである。

本気でソフトのクォリティを追求しようとする場合、頼りになるのは制作現場で獲得したノウハウだけである。ノウハウは経験によってしか得られない。だとしたら、最新の規格よりも古い規格の方がノウハウは豊富なのだ。ＤＶＤにはＬＤの十分の一の歴史しかない。この先ＤＶＤが発展する余地はあるかも知れないが、現時点で比較すればＬＤがＤＶＤに勝って当り前なのである。

本当に大切なのは何だろう

いまユーザがお金を出して買うことができる映像のパッケージソフトとしては、ＬＤ、ヴィデオテープ、ＤＶＤ、ビデオＣＤなどがある。加えて、ＢＳ、ＣＳ、ケーブルＴＶの普及により、ユーザが選択できるプログラム（番組）は飛躍的に増えることになった。

だからといって、長らく親しんできた地上波ＴＶのチェックを欠かすわけにはいかないだろうし、劇場で上映される映画も観なければならない。ゲームだってパソコン通信だってインターネットだって、今さら止めるわけにはいかない。もちろん、寝るのをやめるわけにもいかない。

結局のところ、いちばんユーザに不足しているのは努力でも根性でも資金でもなく、自分が自由に使える時間なのではないかと私は考えている。

観つづけようと決心すれば、今や食事と睡眠の時間以外のすべてをアニメなり特撮なりのプログラムに振り向けられるのだ。こういう環境は、一昔前には単なる夢であったかも知れないが、今では割と簡単に実現できるのである。労力と資金さえ惜しまなければ、自分が望むプログラムを文字通り無限に収集していくことさえ可能になった。

このような状況は、ユーザに何をもたらしたのだろうか。無限に続くプログラムの楽園は、果たしてユーザを幸福にしただろうか?

要するに「選択の幅が広がっただけ、選ぶという行為が難しく／面倒くさくなり、選ぶ側の意志や主体性やセンスというものが問われるようになった」という、平凡な結論に達するようだ。良い物を確実に見分けられる選択眼を持つことが、これから先はますます大切になるだろう。さもなくば、ユーザは無価値なプログラムの洪水に押し流されるままで一生を終わるしかない。

個人的な話になるが、私はしばらく前から、

地上波／衛星を含めてTV放送というものをほとんど視なくなっている。ゲームは白黒のブロック崩し以降、一切やっていない。パソコン通信もインターネットも辞めた。他の人はどうなのか知らないが、個人的には、それらに時間を遣っても無駄だということが身にしみて判ったのである。

かくて私は「LD・CD・出版物」という、十数年前から何も変わっていない世界に戻ってきた。セルでできたプログラムには、とんと疎くなった。あと五年も経てば、CDでブラームスを聴き、ヴィデオで嵐寛寿郎（あらしかんじゅうろう）の白黒映画を観るだけ、という枯れた生活を送っているかも知れない。いや、ほんとに冗談抜きで。

当り前のことだが、やる必要がないことを無理してやる必要は一つもない。それが実は、ユーザという立場に与えられている最大の自由なのである。この自由を行使しない手は無い。他人の言説や価値観に振り回されて貴重な時間を浪費するぐらい馬鹿な話はない。

これからは、気を確かに持って、自分に正直になることだ。本当に自分が観たいもの・聴きたいものは何であるのかを、本気で考える。そうすれば、生涯を共にするソフトはそれほど多くなくて済むのではないかと、私は考え始めている。

いまだに世間のオタクの皆さんは、録画しっぱなしで溜め込んであるヴィデオテープや、買ってあるだけでロクに観もしないLDを大量に抱えつつ、自分がアクセス可能なソフトの量をお互いに自慢しあっているのだろうか。

【参考文献】

オーディオヴィジュアルの世界では、技術の進歩によってハードウェアの世代交替が激しく、ソフトのアップデイトも頻々と行われるため、ここで定本として薦められるようなバイヤーズ・ガイドは残念ながら存在しない。映画やアニメのヴィデオグラムにまつわる本は多いが、それらの大多数は作品そのものの紹介に紙面を割くだけであって、ソフトのクォリティという側面や附録の内容に触れている実用的な書物は皆無に等しい。

ソフトの質を見極める目を持ちたいなら、実地の経験を積まねばならない。同じ映画を2種類のソフト（たとえばDVDとVHS）で見比べてみることから始めよう。リマスターによってクォリティが向上したと宣伝されているソフトがあれば、実際に新旧2本を見比べて、どこがどう向上したのか確かめると良い。

【この講義の読み方】学長・岡田斗司夫

▼その昔、ダン池田の書いた「芸能界、本日モ反省ノ色ナシ」という本があった。▼「最近のアイドルと称する奴等は、こんなに歌が下手だ！　昔の歌手はもっと歌が上手かった！」という内容で、初の芸能界内部告発本として瞬く間にベストセラーとなったのだ。歌謡番組バックミュージシャン出身の筆者らしい、すべてを「歌が上手いか下手か」だけで断じてる説教本である。▼ではなぜ、この本はベストセラーになれたのだろうか？　▼それは当時の視聴者が誰しも心の中では思っていた「最近の歌手って、歌が下手よねぇ」という疑問に初めて誠実に答えてくれた本だからだ。▼もちろん、芸能界内部では公然の秘密として囁かれていた。「こんなこと、いまさら書かなくても」とせせら笑う芸能記者が大半だった。しかし「こんなこと、いまさら」は、立花隆が田中角栄の金脈を追求したときに、大手新聞の政治記者が口にした言葉でもある。閉鎖した業界で「公然の秘密」となっていることは、誰かがテキスト化しないと、ますます批判による自浄性を失ってしまうのだ。▼梅宮氏にはこの「猫に鈴をつける」という悪役をあえて引き受けていただいた。感謝の言葉もない。

【講師略歴】梅宮蛍太　うめみや　けいた

196X年生まれ。アニメ作品における声優の「芸」を楽しむ昔ながらの声優ファン。知り合いに呼ばれたので商業誌に初チャレンジする。最近年を取って説教くさいオタクになった。SAPIOと朝日新聞を読んではクダを巻くため、周囲の若いモンにますます嫌われる毎日を送っている。目下の悩みは、SEGAの次世代機がWindowsCE搭載ということで、ゲーム業界までもが世界制覇を企むMicrosoftの野望に屈してしまうのではないかということ。由々しき事態である。

「90年代声優バブル期における声優ファンの実態と望まれる声優像」

第六講【声優論】

【講師】…梅宮蛍太

声優バブルがやって来た！

どうにも、「声優バブル」である。

今、「声優」という言葉を知らない人は、お年寄りを除けばなかなか見つからないのではないだろうか。10代向け雑誌の読者アンケートでは、声優が「なりたい職業」ナンバー3とかに入っており、TVドラマの「恋はあせらず」ではさとう珠緒が声優をやっていたし、なんとあの年配奥様御用達のNHK連ドラ「天うらら」にさえ声優志望の女の子が登場した。

しかも最近は「フライデー」に「宮村優子AV女優説」（注1）なんてゴシップ記事まで出て、よくも悪くもとうとう芸能人並みの扱いにまでなってきた。一昔前のイメージとはうって変わって、歌手もラジオのDJもアニメの声もできるボイスアイドルという感じで、続々と志望者が養成所の門を叩きまくっている。

……それはともかく、自分は今、昔からの声優ファン（注2）として少々ムカついている。今の声優ブーム（注3）は一体なんなんだ？

声優は二流で、アーティストなら一流？

上手い声優さんが活躍の場を広げてくれたり、声優という職業の地位が上がったのはうれしいとして、最近のアニメでは、目も当てられないほどヘタなヤツが声をあてていることがある。たいがいはどこかの専門学校やレコード会社がこれから売り出そうとしている新人で、まあ、言ってしまえば金の力で声優デビューさせてしまうわけだ。

専門学校はまだ許せる。彼らだって熾烈な競争の中、どんなコネを使ってでも声優になりたいのだろう。実際、上手くなっていい声優になることだってあるうるのだから。

自分がより許せないのはアイドル予備軍だ。手っ取り早いアイドル登竜門としてアニメの声をあてて、アニメファンをGETして、そ

注1／「宮村優子AV女優説」
ご存じの方も多いと思うが、写真週刊誌「フライデー」（98年4月3日号）に「エヴァ」声優・宮村優子がAVに出演していた！という記事が掲載された。オタク界は蜂の巣をつついたような大騒ぎになり、インターネットでは問題のビデオ画像などが一斉に流れた。
本当にみやむーかと言われると、難しいところだ。やれ、ほくろの位置が同じだが数が違ってるだの、歯並びが違うが矯正しただのとかまびすしいが、ネットでビデオ映像を提供する者は声優ファンではなく、多分に悪意を持って恣意的に似ている場面を流しているとも思われるので、自分としては、信憑性はいかがなものかと感じている。

注2／昔からの声優ファン
自分が声優を意識したのは小学生の時だ。「キューティーハニー」の本放送で増山江威子（ますやまえいこ）の色っぽい声にホレた。まだアニメの声優に関する情報がなかった頃、『侍ジャイアンツ』の番場蛮は富山敬（とみやまけい）、『ど根性ガエル』のヨシ子先生は武藤礼子（むとうれいこ）か」などとひとりでチ

の後は、
「○○は声優じゃなくて、アーティストなんです！」
　という宣言を本人なり事務所なりが行なうと、晴れて声優という「二流」から、歌手という「一流」にランクアップする、と思っている奴ら！　じゃあアニメファンは、いや声優という仕事自体が、オリコンチャートのための踏み台なのか!?　……と自分の拳は怒りにプルプルと震えるのである。
「ギャルゲー声優」と呼ばれて喜んでいるようなヤツらもよくない。あいつらは誰だ。ギャルゲーは嫌いでもないが……いや、決して嫌いじゃないがゆえにだ、上手いベテラン声優にまじって、半分くらい名も知らないヤツが出てきて、萎えそうなヘタヘタなセリフをしゃべってくれるのが許せないのだ。おまけにイベントだCDだラジオだのと露出だけは一人前だ。お前ら、声優としての訓練が先だろうがぁっ！　と竹刀の一つも振るいたくなる。

年寄りの愚痴にはなるが、70年代はこんなことはなかった。上手い役者さんが、長い訓練の賜物の演技でファンを魅了してくれた。
　少々おかしくなってきたのは80年代になってOVAなるものが出てきてからだ。低予算で買わせなくてはいけないという宿命を負ったOVAは、初期の志からどんどん離れて、美少女とメカと声優だけがウリになっていった。低予算ゆえの「予算の重点配分」というやつだ。つまり何かをウリにする代わりに、何かが犠牲になっていったってことだ。
　キャラクター&メカデザインか、監督か、声優か。当時は何を置いてもキャラデザだったから、あとは監督か声優のどちらかのランクを落とす。そこで対象ユーザーを考えると、圧倒的にメカの動きとギャルに萌えたい野郎たちだ。いきおい制作サイドは「よし、声優は人気と実力のある○○さんと□□さんを使って、後はフレッシュな新人でいこう！」となるわけである。最後に残った「監督」まで

ェックしていた。

注3／声優ブーム
声優ブームといわれた時期は幾つかある。65年の「0011／ナポレオン・ソロ」で野沢那智（のざわなち）にファンがついたのをきっかけに始まった洋画声優ブーム、77年の劇場版「宇宙戦艦ヤマト」で始まったアニメ声優ブームが大きな波としてある。また、80年代後半にも小さな声優ブームが起こっている。アニメOVAとアニメ雑誌「ニュータイプ」の仕掛けによる、川村万梨阿（かわむらまりあ）、松井菜生子（まついなおこ）を中心とする美人声優ブームと、TVシリーズ「聖闘士星矢」「鎧伝サムライトルーパー」等で起こった男性声優ブームがそれである。（参考資料『こだわり声優事典'97』徳間書店刊）

削った作品の出来は言うまでもない。その結果投入された「フレッシュな新人」は、一瞬の光を放って、遥か一億光年彼方へと消えてしまった……。

「歌って踊る美人声優」と新声優ファン

声優人気という点で言えば、80年代美少女OVAの流れを除くと、これまでは基本的にアニメキャラの人気＝声優人気というケースがほとんどだった。名前はあえて出さないが、アニメキャラと多少イメージが違う声優でも、声や演技が良ければ声優ファンはちゃんと注目したものだ。

人気声優の条件に明らかに「顔」が入るようになったのは、90年代になってからだ。92年の「美少女戦士セーラームーン」で、メインキャラを演じる声優たちが、たまたま三石琴乃や久川綾（注4）といった若くて美人で実力もあるという声優たちだったために、TVシリーズにも、声優が美人なら言うことないじゃないか、という風潮がどんどん広がっていった。そしてOVA「ああっ女神さまっ」以降は、美人声優を使うことが必須になっていく。そんな声優人気をアニメ雑誌があおりまくった。

決定的だったのは93年のOVA「アイドル防衛隊ハミングバード」だ。三石琴乃、天野由梨、玉川紗己子、椎名へきる、草地章江の5人を歌って踊れるアイドルにするという試みで、アニメのストーリーとキャラクターをシンクロさせて大々的にデビューさせたのだ。大がかりなステージで歌い、踊る美人声優たちの登場で、事態は決定的となった。むろん自分もこういう趣向は別に嫌いではない。自分にとっても、声優という仕事が日の目を見たようでうれしかったし、「ハミングバード」のように、実力のある人たち（注5）がやっている分には良かったのではないかと思う。しかし後になって振り返ってみると、思えばこ

注4／三石琴乃や久川綾
三石琴乃も久川綾も、それぞれ「セーラームーン」の月野うさぎ役、水野亜美役で出てきた当時はアイドル的な扱いを受けていた。しかしその後、三石は「新世紀エヴァンゲリオン」のミサト役で大人の女性を、久川は「バトルアスリーテス大運動会」の一乃役などで持前の関西弁を生かしたギャグキャラや根性娘を演じ、ファンのイメージをがらりと変えた。

注5／実力のある人たち
「ハミングバード」のメンバーには実力派声優として活躍している者が多い。玉川紗己子は子役出身で幅広い芸域を持っているし、天野由梨は"情念の女"を演らせたら右に出るものはいない。ふたりは若手の中でもかなりの実力派といえるだろう。

の時点から声優のアイドル化にさらに拍車がかかってしまったのかもしれない。
とにかく「声優」と名がつけば、なんでもかんでも売れる時代が到来した。
声優雑誌や声優が歌うアルバムなど、玉石混淆、なんでも出た。その影響で、だんだん声優ファンの注目は、アニメではなく声優自身に集まってきた。このアニメの声優は○○さんだ、ではなく、声優○○さんが出るからこのアニメのビデオやCDを何でも買う、というわけだ。ファンと業界のそういう姿勢が、「顔だけ声優」を登場させたのだ。むう、許せん、許せんぞ。
今回、せっかくこうした機会を与えられたことであるし、自分は現在のブームを支える声優追っかけの若者たちに会ってみることにした。ろくにアニメの声をやっていない声優にさえ、たいした数のファンがいるのだから、きっと我々「旧声優ファン」とは違った視点で違った評価をしているのだろう。まあ敵の言い分も聞かずに批判するのも、卑怯極まりない行為だからな。

「へきへき、萌え萌え～！」なファンの日常を追え！

とりあえず、多数の追っかけが存在する、椎名へきるのコンサートのビデオを見ておくことにする。……ぬう。これは一体……。
「へきへき～萌え萌え～　うー　ウオンチュッ!!」
「L・O・V・E、ラブリーへきるっ！」
色とりどりのハッピを着た男くさい野郎どもが、豆粒のようなへきる嬢に脂っこさ全開のコールを浴びせまくっている。ノリはアイドルコンサートさながらだ。ただし80年代の。今どき「L・O・V・E」か。きっ、君たち大丈夫か……。
自分は椎名へきるや國府田(こうだ)マリ子などの声優追っかけファン数人に会ってみた。あ、い

やいや、椎名へきるや國府田マリ子が顔だけのアイドル声優（注6）と言っているわけでは決してない。決してないぞ。今どきの声優追っかけ諸君の生態を探るために、一番数が多そうなサンプルとして取り上げたまでである。そのへん誤解なきように。

第一印象として、特にこれといったオタクっぽさはない、にこやかで気さくな若者ばかりだった（荷物はやたら多いが）。カメラ小僧のアイドルオタクを勝手に想像していった当方としては、何だか拍子抜けでもある。そのあと彼らのオタク話を聞いて少々安心してしまったくらいだ。

「いやー、声優の追っかけに使う時間とお金って、考えるのが怖いくらいですよ（笑）」

彼らの生活はなかなかすさまじかった。

オタクというヤツはどんな道でも極めようとするのだが、平日は朝起きて会社に行く前に、まずお気に入りの声優が出るアニメとラジオのタイマー録画。ひとつのビデオデッキで一週間8番組録れるようになったが、最近はアニメ番組も増えて、それでは全然追いつかない。よって毎日テープを入れ換えてはセットする。

仕事から帰ってくると、録画したアニメやラジオを視聴し、声優が出ているゲームをプレイする。ついでにアニメ雑誌などで情報もチェック。人によってはインターネットやパソコン通信が仲間との重要な情報交換の場になっているので、メーリングリストを見たりイベント情報のチェックなども欠かせない。これを毎日深夜4時ぐらいまでやっている。

休日はイベントやグッズ収集に走り回る。好きな声優が出ているLDボックスやゲームは初回限定特典付きを全部買い、先着何名様プレゼントをGETするため発売日に仲間と手分けして販売店に早朝から並ぶ。

コンサートやイベントのチケット取りも大切な行事の一つだ。ファンクラブの優先予約がない場合は、チケットぴあなどで全国のフ

ァンと熾烈なチケット獲得競争することになるが、それもどこのチケットセンターでもいいってわけじゃない。「端末入力の練度が日本一高いオペレーターは、新宿○○センターか秋葉原のナ○○ラのおばちゃん！」などと独自の情報網で仲間と助け合い、テクニックを磨き、より速さを競うのだ（だんだん言ってることがミニ四駆と変わらなくなってきた）。

コンサート
——気合いで始まり、気合いで果てる!!

気合いの入ったファンはやはり社会人に多いという。学生ではなかなか金が続かないからだ。

コンサートやイベントがあるかもしれない、という情報がひとたび入ると、チケットを取るだけでなく、とりあえず会社に早退届や休暇願いを出し、列車組は夜行列車のキップを取る。イベントにお目当ての声優が出なければ後でキャンセルすればいいのだ。

コンサートの前日には夜行列車または友人と相乗りで車に乗り、コンサートのある都市へ向かう。車の組は、金がない時は高速道路なんて使わない。気合いでローカル道路をひた走る。

目的の都市に着くと、当日、翌日とイベントのハシゴや、コンサートに二日続けて参加するため、夜は一泊する。当然金は惜しいから、カプセルホテル、友人の家、カラオケ、映画館等で過ごすことになる。

そしてろくろく寝ないまま、気合いで深夜に列車や車に乗って、早朝地元に到着し、顔を洗ってコインロッカー（車のトランク）を開ける。すると中にはなぜか背広が入っている(!!)。そのまま背広を着て気合いで出社して、気合いで家路に着くと、気合いで留守中のテープをそれぞれの番組別にダビングし直し、そして、もはや気合いという名の脳内麻薬に頼るのも限界だ、となったところではじ

注6／アイドル声優
椎名へきるも國府田マリ子も声優としてもっと伸びる可能性がある。だが他の活動が忙しいためか、あまり声優をやらないのだ。自分と同じように残念に思っている人も多いことと思う。

めて倒れることを許されるのだ。何に許されるって、己が掲げる信条「へきる命」に、だ。

彼らが月に声優関係だけで使う金はひと月平均5～7万円。コンサートのある月は10万を超える。また、この他にアニメ全般に使う金もある。「とにかく生活費より趣味の方が多いということだけは間違いない」そうだ。

極端な話だと、「三日に一個食パン買って食いつないでイベントに来るヤツもいる」とも聞いた。

たかだか婦女子のためにそんな生活をしていて君らは良いのか、と思いつつ、自らオタクである我が身を振り返ると、まだビデオがなかった頃、テレビの前に座って録音を繰り返していた情熱（注7）を、計らずも思い出してしまった。うむ。その情熱は痛いほどわかるぞ。わかる自分が痛いとも言うが。

へきるFC会員2万人の秘密

ここで、声優追っかけとはどのようなことをするのか、聞いてみたいと思う。声優追っかけ君たちの経験では、組織化や規模の点では椎名へきるのファンが特にすごいと言っていた。

現在、椎名へきるファンクラブ「4179♥LOVE」（これで「しいなくらぶ」と読む!!）の会員は2万人を超えた。名のあるアーティストですら難しい武道館コンサートが成功したのは、このファンクラブ制度によるところも大きいらしい。へきるファンに聞いてみると、なかなか興味深いことを教えてくれた。

「でもファンクラブ、ダミー会員もいるからね。やめた人とダミー会員を合わせると、数千人はマイナスなんじゃないかな?」

そのからくりはこうだ。ファンクラブに入ると、コンサートのチケット先行予約が一人で4枚できる。ファンなら何としてもいちば

注7／声優にかける情熱
古いアニメ声優ファンである自分が、中でも一番情熱を傾けたのは、アニメのエンディングクレジットを見る前に声の主を当てることだった。いや、むしろそれを自分に「課していた」と言った方が良い。己が信条、という意味では「へきる命」と何ら変わりないのであるが……(笑)。

んいい席に座りたい。そこで家族の名前を使ってダミー会員にしておけば、合計12枚なり16枚なりを簡単に手に入れることができる。その中で自分や友人とでいい席を選んで、残りは誰かに売りに出せば良いのだ。だからコンサートのチケットが買えなかった人間は、当日会場に行くとファンから割安で売ってもらえるというわけだ。割安、という点がファン気質というか、泣かせるところだ。ますますギルドっぽいと言えなくもないが。

　武道館を揺るがすほどの組織性は、コンサートの応援の際にもいかんなく発揮されている。ザ・親衛隊の存在だ。（「ザ・」は正式名にあらず。こちらが勝手にネーミング）。

　へきる騎士団、へきる十字軍、へ組（へ組、である）……親衛隊は他の声優にもいるが、グループに名前がついて大々的にやっているのはへきるファンだけだそうである。最近は少しおさまったそうだが、かつては激しい派閥抗争もあったという。派閥抗争とは何かとへきるファンに聞いたら、「へきるコール」の仕方にも親衛隊ごとの主義主張があって、『へ・き・る』はダサい、今後オレたちは『へきる、フゥ！』で行く！」

　などと言い争い、グループ同士がくっついたり離れたりすることを言うのだそうだ。漢らしいというかなんというか……。

「まず注目するのは、本人の性格なんです」

　しかし同じ「声優ファン」でもいろんな人間がいるものだ。最初は年寄りとして説教のひとつでもしておこうかと思っていたら、彼らの情熱はハンパではない。同じオタクとして、この情熱に水を差すのも失礼ではないか、という気さえしてきた。

　ところが、このへきるファン、國府田ファンたちによくよく話を聞いてみると、全員がそろいもそろってギャルゲー声優（注8）マニアだということが判明した。

注8／ギャルゲー声優
　名前の知られていないギャルゲー声優が、全員ヘタだと言う気は毛頭ない。TVなどに出ていなくても、CMナレーションなど、目立たない場で様々なことにチャレンジしている新人もいる。要は、「ギャルゲーアイドル声優」などと言われて、そこで満足してしまっているかどうかである。

ギャルゲー声優!?　うぬうっ！　オレはヘタなやつは嫌いなのだ。あやつらのどこがいいのか言ってみろ〜〜〜！
「僕たちが声優を見る時にまず注目するのは、本人の性格なんですよ」
……!!　なんてことだ、アンビリーバボーである。それでは「声優」ではないではないか。いいかね諸君、声優というのは、まず演技力が第一、というのがあってだな……。
「僕たちも好きな声優さんには上手くあってほしいけど、もし声優として上手くなくても、性格が良くて面白いキャラクターならいいんです。これが何といっても一番の条件ですね」
もはや彼らのような追っかけ君たちが最初に声優をチェックする場所は、アニメそのものではなくなっていた。彼らはアニメ雑誌や声優雑誌といった情報をまず最初に見て、
「今度の新番組に出るあの子、カワイイぞ」
とチェックする。それから実際にアニメを見て、声が気に入ると、その声優のラジオなどを聴いてみる。それで本人の性格まで「よっしゃあ!!」ときたら、追っかけリストに加えることにする。では、一番重要なのは顔ではないかと聞いたら、
「顔は……まあいいほうがいいけど（笑）」
というから、この際もうひとつ意地悪な質問をぶつけてみることにした。
「おっ……オカズにすることはないのかね？」
「は？」という顔の後、超（スーパー）ドライな視線が……イタッ、イタイぞ君たち。すまん。わしが悪かった。
今どきの声優追っかけ君は、80年代のアイドルの追っかけと行動こそ似てるが、その心理には少々違うところがあるようだ。たとえば声優の結婚でファンをやめるなんてこともあまりないという。結婚でファンをやめるのは、顔だけでファンになったやつらだと彼らはフンガイした。
「僕たちは別に声優さんとの結婚なんて望んでない。それはカンチガイなヤツだけですよ」

うーん、そうか。
とは答えてみたものの、ますますわからなくなった。演技よりも性格が第一、そして顔も少し大事、という追っかけ君たちが望んでいるのは「アイドル」なのか? それなら、もっとアイドルとして磨かれた娘が他にゴマンといるわけで……。ではなぜ声優なんだ? 若者よ、君たちは一体、声優に何を望んでるんだ!?

「僕たちにとって最も身近なアイドル」

彼らが一番大切と考えている声優のパーソナリティについて、もう少しくわしく聞いてみるとしよう。
追っかけ君がハマる声優の性格にはパターンがあるという。ひとつは姐さん系。自分を励ましてくれるしっかりもののお姉さんといったタイプで、折笠愛、松本梨香、金月真美が代表格である。
もうひとつはロリータ系。もちろんロリータ声でかわいくボケるタイプだ。丹下桜や金丸日向子がよく知られているらしい。
そして今の最大のブームは何といっても天然ボケ系なのだそうである。
「へきるちゃんのラジオやコンサートで話を聞いてると、ほんとにコイツ、素なのか芸なのかわからん、というくらいオモロイいんですよ。この前なんか、コンサートの時、バンドのメンバーに出すお題で『天むすの具になったらどうする?』なんて聞いてましたよ(笑)」
天然ボケ系では井上喜久子、岩男潤子が有名だったが、最近この路線は、ファンのニーズに応じてか、著しく増加しているらしい。特に『ときめきメモリアル』の虹野沙希役で有名になった菅原祥子や、ラジオで注目された通称〝おみまゆ〟こと麻績村まゆ子が人気急上昇だそうだ。……などと言って、私は菅原もおみまゆも知らなかったが。
そしてここに上げなかったタイプも含めて、

追っかけ君に人気が出る要素というものがある。声優の性格と声質と顔、この三つが同じイメージで重なる人（注9）、または美人顔なのに正反対のギャップがある人が特に人気なのだそうだ。しかしロリータ顔でも声質がオバさんくさいのはダメとか、いろいろあるらしい。言われてみれば、今の人気声優とも確かにリンクする。林原めぐみ、宮村優子、緒方恵美、井上喜久子……う～ん、声優追っかけ君あなどりがたし、だ。

　でも、声優さんのパーソナリティの良さは、単に特徴があって面白いだけじゃない、と追っかけ君たちは続けた。

「声優さんは、普通のアイドルみたいに飾ってなくて、大声で笑ったりもするし、ラジオでリスナーから悩み相談が来ると、すごく一生懸命考えて、自分で出した答えをくれるんですよ。そういうとこも気に入ってる」

　なるほど。そうか。よしよし。……って、それは、何か「声優」という職業とは違う気がするぞ。

　そうだ、それは我々の世代が中学、高校時代に聞いていたラジオの「ＤＪ」と同じではないか!? 声優さんの中には、昔からＤＪをやってる人もいて（注10）「ナッチャコパック」（注11）等、数々の人気番組もあったが、それは幾人かの声優さんの、いわば「特技」（注12）だったはずだ。

　声優に、ＤＪも歌手もアイドルも求めている彼らに最後にひとつ聞いてみた。どうしてその道のエキスパートのところへ行かないのかと。

「やっぱりアニメやゲームから入った人間って、他のアイドルのこと、あんまり知らないでしょう。知ってるヤツもいるけど。でも、それより自分の知ってる世界で、○○さんは顔見たら可愛かった、ラジオ聞いたらおもしろいこと言ってた、というほうが親しみやすいんですよ」

　そうか。ようやく彼らのことが少しわかっ

注9／同じイメージで重なる人

　折笠愛、松本梨香、井上喜久子、林原めぐみ、緒方恵美といった中堅声優は、一つのイメージが特に知られていても、実際はバラエティに富んだ役をこなしている。

　ところが最近、パーソナリティ人気を優先する余り、一つのイメージの役しか演らない若手声優が急に増えてきた。先にパーソナリティで売ってどうするか。林原めぐみの「ドッカン！　ロボ天どん」を見習うべし。喝!!

注10／昔の声優のＤＪ

　自分が昔、声優のラジオでよく聞いていたのは「オールナイトニッポン」の神谷明（かみやあきら）と小山茉美（こやままみ）。他のラジオ番組はトークを楽しみに聞いていたが、声優のラジオは、アニメの役についてのアフレコ裏話が魅力だった。神谷明は彼が所属していた男性声優バンド・スラップステックの話が多くなってから、聞かなくなってしまったように思う。

　関係ないが、思えば昔のラジオにはすさまじいものがあった。劇場版「さらば宇宙戦艦ヤマト」（だったと思う）の頃には、レギュラー陣全員

た気がする。彼らが言っているのは我々古い世代が思っているような「声優」ではない。「アニメタレント」だったのだ！

求められるから生まれた、アニメタレント

……うーむ、私がちょっと声優ファンの第一線を退いている間に、声優という職業は、ずいぶんと違う意味を抱え込んでしまったものである。今の人気声優は、俳優、ナレーターだけではなくて、アイドルと歌手とＤＪまで兼ねているのだ。

何でそんなことになったのか。それやはりオタクのニーズがあったからであろう。昔のオタクはアニメが好きというだけで、他の楽しみをいろいろとガマンしなければならなかったような気がする。

しかし現在は、通信カラオケにもアニメソングが満載で、風俗でさえコスプレイメクラなるものができた。声優がアニメタレントとして彼らのニーズをくみ取ったとしても、何の不思議もないのである。ようするにオタクという世界にいても、ライブで騒いだり、好きな歌（アニメソング）を大声で歌いまくったり、かわいい女の子とコミニュケーションを取ったりすることが可能になったのだ。

……それがいいか悪いかはさておき、だ。

しかし、追っかけ君たちに批判がましい目を向けていたら、結局、自分が声優に求めていたのも「アニメ俳優」で、彼らとさして変わらぬことがわかってしまった。嫌な結末である。

だからといって自分が声優の追っかけをすることは、今後もやっぱりない、と断言する。

誰が何といっても、自分にとって声優は「演技力」だ。もはや現在の声優の意味づけは人それぞれにゆだねられるもので、ゆだねるしかないのであろう。

出演の劇場版「ヤマト」の生アフレコを4時間ぶっ通しで放送したことがある。

注11／「ナッチャコパック」
野沢那智と白石冬美（しらいしふゆみ）の「パック・イン・ミュージック」の愛称。声優ファンの枠を超えて広く万人に受け入れられた人気番組だった。

注12／声優の「特技」
声優は、普通の芸能人よりよほど「芸」を求められるため、ＤＪにしても歌にしても本職とまったく遜色ない技能を持つ人もいる。歌では林原めぐみ、松本梨香、山寺宏一が、ＤＪでは、林原めぐみ、緒方恵美、國府田マリ子あたりが特に有名だろうか。

【この講義の読み方】学長・岡田斗司夫

▼オタク最大の祭典と言えば、夏・冬と年に2回開催されるコミックマーケット（同人誌即売会）である。全国津々浦々から数十万人の売り手・買い手が東京に集まるその前夜、首都圏のカラオケボックスはすべて、アニメ主題歌で塗りつぶされる。まさにその日、東京の夜はオタクに占領されるのだ。▼もちろん、オタクの浸透・拡散が進む現在では、アニメ主題歌を大人が歌う、ということも決して珍しいことではない。▼だがしかし、なぜオタクはそこまで「歌う」のだろうか？　彼らはどんな歌を、どんな意味・意図で歌うのか？▼大森氏自身はこの原稿の依頼を「ぼくはアニカラに濃くないから」と一度は辞退された。しかし僕が求めていたのは単なる知識ではなく、氏の視点・史観なのである。大森氏は僕の期待を遥かに超えた講義を提供してくれた。

【講師略歴】大森　望　おおもり　のぞみ

1961年生まれ、ヒロスエと同じ小学校出身。「SFマガジン」「本の雑誌」「アニメージュ」「月刊アスキー」などで連載中。P・K・ディック、ジョー・ホールドマン、ジョン・クロウリー、バリントン・J・ベイリー、ロバート・A・ハインラインなどを翻訳。この2年で30万ヒットを達成したホームページは以下。(http://www.ltokyo.com/ohmori)

「アニメソングをカラオケで歌う人々の歴史と現状」

第七講

【講師】…大森　望（SF翻訳家）

【カラオケ論】

決戦当夜、歴史的ゴールに背を向けて

1998年6月26日、金曜日。リヨンでワールドカップ初出場国同士が悲願の一勝を求めて最後の戦いをくりひろげているころ、新宿のカラオケボックス、ゼニス（注1）は週末の熱気に包まれていた。「W杯の最中でも関係なく、ボックスでアニソン（注2）を歌う人々」を取材すべく、私は単身ゼニスへ赴いた（というか、この原稿のためにジャマイカ×日本戦の生中継を見逃す義理はないので、ゼニス徒歩2分のセントラルホテルに部屋をとり、日本代表のW杯初ゴールを確認してからボックスに出かけた）。

時刻は午前1時。16室あるボックスは今夜も満室。ゼニスは午前0時から朝までの利用だと極端に安くなるため、金曜土曜は予約なしで入ることはできない。アニソンを歌う人々は当然予約している。

取材先のグループが陣どる2号室（パーティールーム）のドアを開けると、十数人が声を張り上げて「愛の三人組」（注3）を歌っている（いや、張り上げてない人間もいる）。

性別は全員男性。だれもマイクを手にしてはいない。マイクを使わず、全員が声を合わせて合唱するのがこの人たちの流儀。私はもう慣れたが、最初に見たときは驚いた。ふつうのOLがトイレの帰りにうっかり部屋を間違えてドアを開けたら、人生観が変わるような衝撃を受けるかもしれない。もっとも、週末深夜のゼニスに華原朋美を歌うような一般人はめったにいないので、これは杞憂というものだろう（じっさい、この日の場合、16室のうち12室までは男性のみのグループで、そのすべてでアニソンが歌われていた）。ゼニスにおたく系ユーザーが多いことは、部屋の片隅に貼られている注意書きからも推察できる。

「お客様各位　当店にて、コンセントの使用は固くお断りします。店主」

パソ通やメーリングリストのオフラインミ

注1／ゼニス
メガトンチェーン系列のカラオケ店。新宿東口ペガサス館（地下は池林房）6F。シャーマン社のALーSAIII（通信／LDカラオケ集中システム）を使用、ひとつの部屋で、JOYSOUND、X2000、DAM、GIGA、第一興商LPC、東映LDヒーロー・シリーズ（全7枚）が歌える。ただし、ハモリカラオケなど、各社最新機器の特殊機能は原則として使えない。アニカラ者の牙城として長く君臨したが、最近はMAC21採用のパセラ（新宿、秋葉原、池袋など6店舗）にその座を奪われつつある。ちなみにMAC21は、通信8種＋LDで3万5千曲以上を歌える現時点で最強のカラオケシステム。週末深夜の新宿パセラでは多数のアニカラ者が観察できるが、ルーム数が多いこともあり、新宿ゼニスの場合ほど極端に目立ってはいないようだ。

注2／アニソン
アニメソングの略。狭義には、TVアニメ、OVAの主題歌、挿入歌を指すが、特ソン（特撮主題歌）、ゲーソン（ゲーム主題歌）、声優ソング、キッズ系（みんなのうた、ポンキッキーズ放送曲など）その他関

ーティングで使用される頻度が高いため、各ボックスに一台はノートPC（注4）があるのがあたりまえ。放置するとすべての部屋で充電されて電気代もバカにならないということだろう。
　ちなみに、ゼニスには一時、各社の歌本とともに、FANISON（注5）で有名なあすか正太氏が作成したアニカラ・リスト本（のちにBNNから商業出版された『保存版アニメソングカラオケ完全ガイド'98』の原型）が常備されていたほど。

これがなぜ《新しい歌》なのか?

　ふたたび2号室。幹事役はリクエストされた曲をノートにメモしつづけている。彼らの入室時間は午後11時。これまでに——リヨンで城（じょう）がむなしくゴールに失敗し続けているあいだに——歌われた曲の一覧を、手書きのメモから転載してみる。

大竜宮城ED、ジリオンED2、サイバーコップOP、メガゾーン23・風のララバイ、ガラットOP、スペクトルマンED、メガゾーン23・淋しくて眠れない、カゲスターED、ラムネ&40・戦え!! キングスカッシャー、キッカーズOP、ゴールドライタンED、パトレイバーED2・パラダイス、てやんでぇOP、あ〜る・やあ。、ロンリー仮面ライダー、おにいさまへ…OP、オレンジロードOP・ナイトオブサマーサイド、ゴッドマジンガーOP、スプーンおばさんOP、009・10億光年の愛、聖闘士星矢ED1、001/7親指トム、レダED、サイメビ・セイリング、タイムリープ、ナディア・どうしてそうなの?、あかぬけ一番!OP、ママボ・太陽を捜して、ゴーバリアンOP、ナディア・愛の三人組、ゴーショーグン・時の異邦人、レッドバロンOP2、ザブングル・Get It!、マリーベルOP、ゼロテスターED1、メタルファイター♥MIKU ED、えん魔くんED、らんぽうOP、ぶーりん・108の真珠、ようこ・陽炎のエチ

連曲の総称として使用する場合もある。むしろ定義的に問題なのは特撮ソングで、正確にはヒーロー物の実写TV/映画主題歌を意味する。声優ソングは、アニメには使用されていないが、アニメ声優（またはゲーム声優、もしくはそれに準じる声優）が歌っている楽曲を指す。この種のおたく系カラオケの総称として、「おたカラ」という言葉も提唱されたが、一般化はしていない。
「アニカラ」はアニメソングカラオケの略で、ここ数年、ふつうに使われるようになった。アニソン同様、定義は人によってまちまち。
　なお、本稿では、アニソン、アニカラともに、厳密に範囲を定義して使っているわけではないことをお断りしておく。

注3／愛の三人組
「ふしぎの海のナディア」の脇役トリオ、グランディスとハンソンとサンソンのイメージソング。番組中では使われていない。

ユード、ゴジラ対ヘドラ、宝島ED、サザンクロスOP、ダグラムED、サリーED・いたずら、バロム1ED、バラタックOP……。
　タイトルは番組名の略称。OPはオープニング、EDはエンディングの略。そのうしろについている数字（注6）は、オープニング曲（エンディング曲）が複数ある場合、何番目のものであるかを示す。たとえば「レッドバロンOP2」は、「スーパーロボット　レッドバロン」の二番めのオープニング曲「飛べ!!　宇宙のレッドバロン」（団しん也）を明示的に指している。番組タイトル後に曲タイトル（「戦え!!キングスカッシャー」「どうしてそうなの？」など）がついているのは、番組挿入歌（IS）もしくはイメージソング（IM）。手書きのメモなのに表記にこだわる（「メタルファイター♥MIKU」「えん魔くん」など）のはおたくの基本だろう。
　ちなみにこのタイトルだけ見て、今夜のカラオケがどういう趣旨で実施されたのかがたちどころにわかる人（曲名がすぐに思い浮かぶ人）にとって、この原稿は新しい情報をほとんど含んでいないはずなので、そういう方には適当に読み飛ばしていただくとして、アニカラに薄い読者のために説明しておくと、この日の彼らのテーマは、6月中旬に新しく配信されたX2000のアニメ・特撮最新タイトルを歌うことにある。
　タイトーのX2000はサービス開始当初からアニソンを大量にラインナップし、通信カラオケのみならずアニカラブームの火付け役ともなったブランド。しかしここ二、三年、後発のJOYSOUND、セガカラなどの猛追を受け、「アニソン・特ソンの牙城」の地位は揺らぎはじめていた。そのテコ入れのためか、今年になって、曲名早見本（注7）の更新時期（年に4回）に合わせ、アニソン特ソンを大量に追加。この6月の配信では、一挙に約130曲を増やしている。この中にはすでに他社で歌えるタイトルも含まれているが、過半数

注4／ノートPC
パソコンおたくとアニソンおたくは親和性が高い。アニソン、アニカラの曲リストをエクセルなどで管理するのは基本。アニカラリストを格納したノートPCから直接リクエストを送るM2K projectリモコン（http://angel.jaist.ac.jp:8000/nao/karaoke/m2k/outline.html）というシステムも独自に開発されているほど。
　現在インターネット上では、著作権意識と遵法精神に乏しい海外サイトを中心に、MP3などで圧縮したアニソンの楽曲データが大量に置かれているが、それをHDやCD-Rにコレクションしているネット系アニソンおたくも少なくない。

注5／FANISON
NIFTY-Serveアニメフォーラム・音楽館のgo command名。ライブラリには、アニカラ・データベースのほか、JASRAC（日本音楽著作権協会）の了解を得たアニソン特ソンの歌詞データが収められている。会議室には有益な情報も多いが、NIFTY-Serveフォーラムの例に洩れず、発言者の濃度差が激しい。

はX2000オリジナル。

いままでカラオケで歌えなかった曲が入荷したとき、いちはやくボックスに赴いて歌い倒すのが「アニソンを歌う人たち」の基本なのである（これはアニカラおたくにかぎらず、カラオケおたく全般に共通する傾向。ただしアニカラをのぞくと、特定分野の旧曲が定期的かつ大量に集中して入荷するケースは少ない）。

特殊な人たちではない。ただし…

さて、彼らのカラオケ（注8）は一般のカラオケとどこが違うのか。

前述の通り、彼らは基本的にマイクを使わない（もっともこれは、このグループのローカルルール。ひとりがマイクを持つと、それ以外の人間がマイクユーザーに対抗して声を張り上げるため、無駄にのどを痛めるというのが理由らしい。ふつうのアニカラではマイク使用が一般的）。ボックスでは酒を飲まず、煙草を吸わない。（注9）すべての曲をほぼ全員で合唱する。合いの手、かけ声をかならずかける……というか、むしろメインボーカル部分以外の歌成分に燃える傾向が強い（某月某日、某所で、「ザンボット3」の主題歌を歌ったときは、その場の全員が、「ザザンザザーザザンザザンザーザザン」のコーラス部分を合唱し、歌詞テロップが画面に出ても、だれもメインボーカルをとらず、沈黙が流れたという）。通信カラオケの普及で各社合計全3万曲（重複を除く）を越える膨大な歌が歌えるようになったいま、特定ジャンルに対する愛情を共有する人々だけがボックスに集まり、特定ジャンルの曲だけを歌いつづけることは珍しくない。「80年代洋楽縛り」「70年代歌謡曲縛り」で夜を明かすグループもいるだろうし、ＳＭＡＰやサザンオールスターズのファンがアルバム曲だけを歌ってひと晩過ごす光景もありふれている。

その意味では、「アニメソングを歌う人た

注6／そのうしろについている数字
ある曲を何番目のOP／EDと数えるかで議論が勃発するケースも。たとえば「るろうに剣心」では、3つめのED曲「The Fourth Avenue Café」（通称・四番茶屋）を歌っていたL'arc~en~Cielのメンバーが麻薬所持で逮捕されたため、わずか4週で中止。それ以前のED曲だったT.M.Revolutionの「Heart of Sword ~夜明け前~」が復活した。この「夜明け前」をED5とカウントするかどうか、一部で論争があった。

注7／曲名早見本
目次本、歌本などとも言う。基礎リストにあたるが、誤植も多い。「メガロマン」が「メガマロン」と誤記されている（セガカラ）など、有名な例も多数。

注8／彼らのカラオケ
誤解を避けるために断っておくが、「彼らのカラオケ」は、必ずしも「濃いアニカラ」の典型ではない。アニカラに自信がある強者同士が集まり、それぞれの持ち芸を披露するタイプの「おれの歌を聞け」系がむしろ一般的だろう。

流派の違いによって文化的摩擦が

ち」も特殊な人たちではない。30代のふつうのサラリーマンたちが集まったボックスで70年代のアニソンが連続して歌われるのは日常的だし、同世代であることをてっとりばやく確認する手段としても使われている（40代で「怪傑ハリマオ」や「ビッグX」の主題歌を歌いつづける人は比較的めずらしいが、皆無というわけではない）。

　ただし、長い歴史とおたく的なデータの蓄積があるアニソンの世界では、他ジャンルの場合以上に、ユーザー間の濃度差が激しい。「ザブングル」や「マクロス」（注10）の主題歌を、「おれってアニメとかにもくわしいんだよ」という顔で歌うサラリーマンと、ＴＶアニメのOP、EDならぜんぶ歌えてあたりまえと思っている「濃い人たち」とのあいだには、天と地ほどの開きがある。

　今日、2号室に集まっている人々の特徴は、現在放映中のＴＶアニメや最新のＯＶＡ、アニメ系ゲーム主題歌までフォローしていること。歌い方も、ふつうのアニカラとはいささか趣きが違う。

　たとえば「ＡＷＯＬ」のOP、hide with Spread Beaverの「ROCKET DIVE」が流れはじめると、全員がまず頭のバックコーラスから声をそろえる。

「Come and go let me show my rocket, come and go let me blow my rocket, come and go let me show my rocket…」

　画面にコーラス部分の歌詞は出ていないが、アニソンのコーラスである以上、覚えて歌うのが基本。ウケをとるため、アニソン関係の新譜が出ると、まずコーラス部分だけを必死に覚える人もいる。有名な例では、「残酷な天使のテーゼ」の曲間コーラス（さりやー、せらめーそー、さりやー、とぅーせー）について、何語でなんと歌っているか、活発な議論が闘わされた。

　ALISⅢシステムを採用するゼニスは、集中管理方式をとっているため、一社専用のマシ

生じることもある。たとえば、全ミス連（全国ミステリ連合）で日下三蔵の先輩にあたる木川明彦（スタジオハード所属）は、仲間内のカラオケにはじめて日下を呼んだとき、衝撃を受けたと語る。

「いやあ、あれは人殺しのカラオケですよ（笑）。だってマイク持ってる人間の声より日下三蔵の声の方が大きいんだもの（笑）。一般の人から見れば似たようなものかもしれませんが、他人が入れた曲も平気で歌うああいうアニカラテロリストとはいっしょにしてほしくないですね。まったく流派が違います」

　木川のアニカラは、各人の「芸」を鑑賞する場なのである。

　アニカラ芸には、アニソン歌手の声帯・形態模写、凶悪な替え歌シリーズ、ボイスチェンジ機能を利用した一人デュエット、鳴り物持参（マンガ家の爬沼庵は、だれかが「ダンガードA」をリクエストしたときのためにつねにサンバホイッスルを携帯している）、オリジナル前ナレ、間奏部の効果音挿入、放送時のＴＶアニメ画面を実演する当て振りなどがある。また、ＬＤカラオケでバックに流れる絵に声を当てる至芸で知られる有名声優もいる。

ンにくらべて曲間が長い。とくに今日は、半数近い部屋がX2000の新しいアニソンを集中してリクエストしているらしく、反応が重くなっている。

曲間の沈黙にとなりの部屋からアニソンが聞こえてくれば、彼らはもちろん、その歌を大声で合唱し、合いの手を絶叫する。おもむろにノートパソコンを開き、シネパック圧縮してハードディスク録画してあるTVアニメのオープニングを再生しはじめる人もいる。

しかしふつうは、いままで流れていた歌に対するコメントやおたくなギャグが交わされる濃密なコミュニケーションの時間だ。たとえば、「ROCKET DIVE」が終わったあとには、こんな会話が交わされる。

「hideをXで歌ってるといい感じ（注11）かも」

「X縛り（注12）ですか」

「クロスもOKってことにすれば一時間は行けるね。『仮面ライダーX』からはじめて」

「そりゃやっぱり最初は『Forever Love』（注13）からでしょう」

「葬式でアニソン歌うかな、ふつう」

「でもhide追悼でいちばん歌われたアニソンって言ったら、やっぱり『ROCKET DIVE』だろ」

「もし飛び降り自殺だったら、ぜったい新聞の見出しは『hide、ロケットダイブ』だったよね」

などなど。

人類がアニソンを歌いはじめた日

「大人数でアニソンを歌う」という集まりに私がはじめて参加したのは、79年の日本SF大会（注14）、TOKONⅦの合宿だったと記憶する。おたく系コンベンションとしては最古の歴史を誇るだけあって、同人誌即売、コスプレなど、現在のおたく文化の多くはSF大会にその源流を持つが、アニソンもその例外

注9／ボックスでは酒を飲まず……
もちろん、のどを保護するため。合唱系のアニカラではつねに歌いつづけているので、ボックス内では食事も注文しないことが多く、新宿ゼニスの場合なら、フロート系の飲み物でカロリーを補給する。

注10／「ザブングル」や「マクロス」
30代アニカラおたく的には基本中の基本ライン。このあたりのメジャー曲を唐突にリクエストすると説明を求められる場合も。では、どのあたりを歌うとそれなりに詳しいと見られるのか。日下三蔵によれば、「『マクロス』はだれでも歌うけど、『サザンクロス』を歌えれば一応アニメファンかなと思いますね。あと、「タイムボカン」は歌えても「トンデケマン！」はふつう歌えないでしょう。まあ、「星銃士ビスマルク」とか歌い出したらかなり濃いアニメファンじゃないですか」

注11／Xで歌っているといい感じ
この場合の「X」はX2000の略。JOYSOUNDはJOYと通称する。おなじ曲のカラオケでも、会社によって音源データが違うため、出来不出来に差があり、一般的に言っ

ではないらしい。関西のSF系合宿イベントでは、70年代はじめから、アニソン特ソンが歌われていたようだ。

もっとも、70年代のアニソン状況は、合宿所の部屋に集まった人々が、だれかの音頭（もちろん、アニソンの歌詞を暗記している人）のもと、アカペラで合唱するだけのシンプルなものだった。気のきいた人間がいれば、手書きの歌詞集をガリ版で刷って参加者に配る程度。

当時のカラオケは、いまで言うナイト市場（カラオケスナック）が主流で、8トラックのカセットにアニソンはほとんど収録されていなかった（クラリオンが業務用カラオケシステム第1号を開発したのは１９７６年）。

82年にパイオニアからレーザーカラオケが登場しても、事情はあまり変わらない。第一興商、東映（「ヒーロー・シリーズ」）、日光堂（「キッズ・カラオケ」）など、各社合わせて数十曲がラインナップされている程度だった（その後増え続けて、現在は２００～３００曲がラインナップされているが、いまではレーザーカラオケのボックスをさがすほうがむずかしくなってしまった）。各ブランドの店にひと晩ずつ行けば、収録されているアニソンをすべて歌えてしまう。データが物理的に場所を占有するＬＤ（ＶＨＤ、ＣＤ）システムの場合、たとえば１００枚入りのラックにアニソンが占めることのできるシェアはせいぜい数枚だったのである。

だが、92年9月、初の通信カラオケシステム、タイトーX2000（わずかに遅れてエクシングのJOYSOUND）の登場とともに状況が一変する。88年に岡山県で誕生したカラオケボックスはたちまち全国に広がり、90年にはルーム数が5万室を数え、92年には10万室を越えた。この広大なデイ市場を中心に、通信カラオケは爆発的に普及していく。93年にはGIGA（ギガネットワークス）が参入、94年にはDAM（第一興商）、U-kara（大阪有線）、

て、スタート当初に突貫作業でつくられた古いデータには原曲の再現性が低いものが多い。「この曲ならこのブランドで歌う」と音の違いにこだわるアニカラおたくもいるが（じっさいには、スピーカー位置や機器の老朽化など、ボックスごとのハードウェア的な問題も大きい）、本稿で取材した人たちはあまりこだわっていないようだ。

注12／X縛り
アニカラな縛りの例としては、「ガンダム縛り」「勇者縛り」などの基本ラインから、「永井豪原作ED縛り」「スタジオぴえろ縛り」「林原めぐみ縛り」「ライオン縛り」「不幸縛り」「忍者縛り」など、無限のバリエーションがある。ボックスにおける選曲は、おたく知識を披露するステージなのである。

注13／「Forever Love」
X Japanの「Forever Love」は、CLAMP原作のアニメ「X」のOP主題歌。Xがトリプルで入っているのでポイントが高い。hideの葬儀ではyoshikiのピアノでtoshiが歌った。

プロローグ21（現在のセガカラ）が登場、これにNET7000、BeMAX'S（JHC）と東映BeMAX'S、neon（日光堂）、孫悟空（日本ビクター）を加えた11ブランドがしのぎを削る通信カラオケ戦国時代に突入する。96年のカラオケ白書によれば、ルーム数は16万室、市場規模は約6620億円と推計されている。このうち通信カラオケが占める割合は9割以上。
　こうした通信カラオケ競争の中で、特定ユーザー層を確実に集客できるアニカラは急速に曲数を増やし、いまや1000曲を超えている。新番組の急増、声優ソング、ゲームソングの登場により、不断の努力がなければ新曲には追いつけないアニカラ状況が生まれている。もっともそのおかげで、高齢化の目立つ他のおたくジャンルに比べて、アニソンおたく界にはいまも若い世代の流入がつづき、若返っているようだ。

アニソンを歌う人の日常

　この日のカラオケで幹事をつとめた日下三蔵（くさかさんぞう）は、1968年生まれ。ワセダミステリクラブ（注15）出身のミステリ／SF評論家。
「リアルタイムで見てるのはカラーになってからですよ。『アストロガンガー』からはだいたい覚えてますね。特撮だと『帰ってきたウルトラマン』の途中から」
　TVアニメの好きなふつうの男の子だった日下は、アニメソングの魅力に目覚め、歌詞カードを集め、主題歌を録音する。高校時代には、アニメのオープニングとエンディングをビデオに録画し、1本のテープに編集するのを趣味にしていた。このあたりまでは大多数のアニソンおたくと変わらない。アニソン入りのカセットやビデオをつくった経験のないアニメおたくのほうが少ないだろう。
　しかし、日下三蔵の場合、大学入学とともに、さらに濃い人たちが集まるワセダミステ

注14／日本SF大会
　年一回、全国各地のSFファンが回り持ちで主催する日本最大のSFコンベンション。今年（98年）で37回を数える。世界SF大会（ワールドコン）にならって、毎回、開催地の地名にCON（conventionの略）をつけた愛称で呼ばれるのが原則。TOKON（東京）、えぞこん（北海道）、あきこん（広島）など。DAICONⅢなら、「大阪で三度めの日本SF大会」の意味。
　このほか、ローカルコン（地方コン）と呼ばれるイベントが各地で開催されており、アニソン系の企画は定番になっている。
　なお、70年代までの日本SF大会は活字SFが中心で、アニメファンはどちらかと言えば少数派だった。勢力分布が逆転するのはDAICONⅢ以降だろう。
　80年代前半、特撮系コンベンション《ウル祭》（ウルトラ祭り）でも合宿の大広間でアニソン大会が行なわれていたらしい。

リクラブに入り、大量のアニソンおたく仲間を発見したことで、彼の言う「二次的な趣味」に拍車がかかることになる（一次的な趣味はミステリとＳＦ）。

91年夏、日下はワセミスの夏合宿のため、アニソン歌集を作成する。２２０ページで上下2巻というこの巨大な歌集は、およそ２００0曲を収録。特撮ヒーロー物は完全網羅し、ＴＶアニメはおよそ7割を押さえていたという。

「それつくってるとき、《アニメソングうたう会》の人を紹介されたんですよ。歌詞カードを持ってない曲のリストをわたしたら、コピーをどさっと送ってくださいまして（笑）。おかげでページ数がぐんと増えちゃって。思った以上に立派なものになったんですけど、なんだかんだでけっきょく10万円持ち出しでした。あれはまいったなあ」

と言いながら日下はうれしそうだ。《アニメソングうたう会》は、アニソン団体（注16）の老舗。おたく第一世代が中心を占める。アニソン者のバイブルともいうべきリスト本、『アニメソング資料集』の発行元でもある。《アニメソングうたう会》の例会に参加したのがきっかけで、日下は発足したばかりのアニソン団体《ＯＥＳ》に誘われ、入会する。

ＯＥＳとは、「オープニング、エンディング、挿入歌」の略。活動の中心は、アニメソングを歌うこと。94年1月から、毎月一度、歌会を開いている。会場は区民館など公共施設の視聴覚室。30人前後が参加し、ビデオでアニメを流しながら、全員で合唱する。ビデオは、参加者がそれぞれ自分で編集したもの。1本が40分前後で、それを8本か9本流し、正味6時間にわたって歌いつづける。なにしろテレビサイズ（注17）なので、1回に平均して２５０曲は歌うという。

歌い終えたあとは飲みにいき、それからまたカラオケに流れて朝までアニソンを歌いつづけることも珍しくない。

注15／ワセダミステリクラブ
40年余の歴史を誇る早稲田大学のミステリー／ＳＦ系サークル。略称ワセミス（ＷＭＣ）。作家、評論家、翻訳家など業界人多数を輩出、一時は「石を投げればワセミスに当たる」とまで言われた。

注16／アニソン団体
《ＯＥＳ》、《アニメソングうたう会》のほか、（厳密にはアニソン団体ではないが）アニメ上映会とセットでアニソンイベントを開いている《もう一度見ようよ》、ＳＦ大会を中心に活動する《まっは軒》、FANISON系の《アニポン》など多数。

注17／テレビサイズ
テレビ放映時に流れた長さを意味する。テレビサイズ優先の流派では、テレビで流れていない2番以降を歌うことを潔しとせず、1番を歌っただけで次々に切ってゆくことも（ただし、「クレクレタコラ」のOPをテレビサイズで歌う人は少ない）。「みゆき」「魔神英雄伝ワタル2」など、テレビ放映時とレコードで歌詞が違う場合、画面テロップを無視して、放映時の歌詞で歌う人もいる。

アニソンを歌う人たちのルール

　それにしても、なぜ彼らは、どんなアニソンでも歌えるのだろう。もちろん、日常的な努力を怠らないからだ。中学時代からアニソンの音源を集めていた日下三蔵にとって、毎日放送されているアニメをチェックし、主題歌の変更がないか確認するのは呼吸するように自然なこと。アニソンのCDシングルは当然ほとんど（初回販売シール(注18)のついているものはとくに優先して）購入する。
「ぼくの場合、アニソンは二次的な趣味なんで、そんなめちゃめちゃ買ってるわけじゃないですよ。ふつうみんなが買うようなものを買ってるだけで。イメージアルバムとかは歌が多くないと買わないし、ドラマCDなんかはまず買いませんね。濃い人？　CD全部買って製造番号順に並べてる人とかいますよ。アニソンだけ別番号だから、番号順にコレクションできる。途中抜けてたらいやでしょう、ふつう。メーカーにもよりますけど、コロムビアやキングはアニメの番号違いますから」
　本に置き換えると私にも納得できる。SFおたくがサンリオSF文庫を番号順に並べるようなもので、欠番を埋めるのは基本だろう。中古CD屋をまわって絶版シングルを買い漁ったり、初回限定ジャケット物にプレミアムがついたりするのは、古本の場合と変わらない。
　TVアニメ主題歌に関しては問題ないが、OVAの主題歌やイメージアルバム収録曲やゲームの主題歌に関してはフォローするのがむずかしい。共通了解の範囲を定める(注19)必要があるわけだ。このためOESでは、「課題曲申請」というシステムを採用している。
「TVアニメのオープニング、エンディング以外の曲を歌いたい場合には、歌いたい曲を前月までに申請する必要があります。申請された曲については、それを集めたカセットテープをつくって、参加者に配ります。ええ、みんなが翌月までに覚えられるようにするんで

注18／初回販売
　最近のアニソンはタイアップが多いため、CDジャケット自体にはアニメの絵柄が印刷されておらず、初回プレス分のみ番組シールが貼ってあったり、カードが付属していたりするものが少なくない。つまり、追加プレス分や中古では、一見してアニソンだとはわからなくなってしまうわけである。最近では、CURIOの「きみに触れるだけで」（「るろ剣」OP）など。

注19／共通了解の範囲を定める
　ひとりでマイクを持って歌う場合ならその必要はないが、合唱系の団体では「みんなで歌う」ことが目的なので、自分以外の参加者にも歌を覚えてもらわなければならない。「うっかりみんなが知らない曲入れちゃって、自分しか歌わないと、つまんないからすぐ切っちゃったりしますね」（日下三蔵）

すよ。ゲームの歌とか、課題曲申請のおかげで助かってますね。セガカラの『To Heart』なんて、CD出てないのにカラオケ入っちゃったから、OESで課題申請されてなきゃ歌えないとこだった。いや、危なかったな」

今日はX2000の新譜がメインだったが、彼らはふだんどんな曲を歌っているのだろうか？

「いや、ふつうですよ。とりあえず新しい曲をざっと歌って……」

――まあ、アニカラじゃなくても、新曲から入るのは基本だよね。

「そうでしょう。たまに知らない人が、いっしょにアニソン歌いたいって来ると、驚くみたいですけどね。『きみたちはどうしてそんな新しい曲ばかり歌うんだ？』と言われたことがある」

――「マジンガーZ」とか「ボルテスV」で燃えようと思ったら、SIAM SHADEとかCURIOとかPUFFYとか（注20）で（笑）。

「いや、ぼくらだって古いアニソンも、かかれば当然歌いますよ。いまさら自分ではリクエストしないだけで。たしかに『新しいアニメとか、ゲームや声優の歌はもういいや』っていう人もいて、OESもそれで一回分裂したんですけど」

――やっぱり新しい曲をつねに覚えていかないと面白くない、と。ノスタルジアだけのアニソンとは一線を画してるわけだね。しかし、新曲を消化したあとはなに歌うの？

「その場の流れですね。こないだは吸血鬼縛りで1時間ぐらい歌ったし。けっこうたくさんあるんですよ。すごい最後のほうで『怪物くん』とか出てきて。『いや、キャラのひとりがドラキュラなだけだから、あんまりはやく歌うのは悪いかと思って』とか（笑）。

あと、プリティサミーで『夢見れば夢も夢じゃない』って曲があるんですが、これが出たら、『夢』が3回以上続く曲縛り、とかね。四つ五つあったかなあ」

注20／SIAM SHADEとかCURIOとかPUFFYとか

堀江美都子や水木一郎のようなアニソン専門歌手が登場しにくくなり、いかにもアニメ主題歌らしいアニソンが激減した最近では、アニメ番組をチェックしていないとアニソンかどうかの判別がつかない。SMAPやTOKIOはもちろん、最近では小松未歩、田村直美などもアニソン度が高いシンガー。「一曲でもアニソンを歌ってればアニソン歌手」的な定義では、岡村靖幸、岡村孝子、八代亜紀、小林幸子、三波春夫、村下孝蔵、GRAY、子供ばんど、安室奈美恵、B'z、大黒摩季……と無数のアニソン歌手たちが存在することになる。バンド系の最新ヒット曲を歌っているので「へえ、新曲もフォローしてるんだ」と思うと、じつはただのアニカラだった、というケースも少なくない。もちろん逆のケースもあるが（PENICILLINを歌う人がみんな「すごいよ!!マサルさん」を見ているとは限らないなど）、アニカラ者ならコギャルとカラオケするハメになっても選曲には困らないわけである。

このあたりになってくると、選曲ひとつにおたく的見識が問われる世界。ウケる曲をリクエストすることだけに燃える人間も出てくる。

アニカラでつながる、私たちの未来

「ミステリクラブのメンバーはなぜかアニソンをよく知ってますね。後輩が入ってくるにしたがって人間が増えて。若いやつほど子供のころから見てるから、アニソン歌うのがあたりまえになってる。アニソンを歌う人の率は最近のほうが高いでしょう。昔の曲をダビングさせてくれとうちに来たりするから、勉強熱心だし。いまはソフトがなかなか手に入らない（注21）んだけど、情報だけは入ってくるから。昔のアニメをぜんぶ見てられないけど、アニソンだけは覚えようとか」

ある限定された分野について完全な情報を得たいというのはおたくの基本。TVアニメすべてを見ることは不可能に近いが、対象分野を「アニソン」に限定し、さらに「80年代以降のアニソンは押さえる」とか「OVA主題歌は完璧」とかの条件をつけることで、サブジャンルの専門家になることができる。

逆に、ゲーム挿入歌や声優ソングに関しては、専門知識を持つ学生から古株のアニソンおたくが講義を受けることも少なくない。同世代で閉鎖的なコミュニティを構成する傾向が強いおたく界にあって、きわめて世代色が強いアニソンというジャンルに、カラオケを通じた世代間交流が成立していることは注目に値する。

カラオケボックスという場は、コミュニケーション能力にあまり長けていない初対面の人間同士が接触するのに理想的な条件を備えている。選曲や合唱をきっかけに共通の話題を探ることもできるし、話したくないならあえて話す必要さえない。20年前には麻雀が果たしていた役割のある程度を、現在のアニカラが果たしていると言うこともできるだろう。

注21／いまはソフトが手に入らない
80年代以前のアニメ主題歌は、CDボックスの発売などで手に入りやすくなっているが、80年代末から90年代はじめ（CDで出はじめた初期のもの）のアニソンは、廃盤で入手困難なタイトルが多く、中古店によっては高値をつける場合もある。アニメ系シングルCDコレクターの行動パターンは、郊外型古本屋を足で歩いてミステリやSFの文庫を買い漁る最近の古本おたくのそれとよく似ている。

いずれにしても、カラオケでアニメソングを歌う人たちの数はいまも増えつづけている。97年に広島で開かれた日本ＳＦ大会では、客船を一隻借り切ってアニソンを歌い倒すイベント、《ドンブラコン》が開かれたし、レストランを使って生ピアノの伴奏でアニソンを歌うハイソな催しもある。

インターネット（注22）とパソコン通信人口の急増にともない、オフラインミーティングの数も爆発的に増えているが、オフ会にはアニカラがつきもの。古い演歌を知らない若者でも、70年代のアニソンなら歌えるから、アニカラを通じておたく世代の上司との円滑なコミュニケーションをはかれるかもしれない。

アニカラはおたく文化最強の対人オフラインコミュニケーションツールなのである。

（文中敬称略）

注22／インターネット

アニソン・アニカラ系ＷＷＷサイトとしては、たとえば
「アニカラ新譜情報局」
（http://www.cisnet.or.jp/home/akira/anikara/index.html）
「熱血カラオケ健作くん（仮名）」
（http://www.tt.rim.or.jp/~nom/anison/）
「アニメ主題歌ミュージアム」
（http://www.geocities.com/Tokyo/Flats/3475/index.html）
「超級覇王電脳ページ」
（http://www02.so-net.or.jp/~mast/）
「通信カラオケのページ」
（http://angel.jaist.ac.jp:8000/nao/karaoke/）
「東大和アニソン研究所」
（http://www.touaken.org/）
などがある。

掲示板システムの付属するサイトでは、アニカラ情報などが頻繁に寄せられている。

しかし、濃度的にいちばん濃いのは岸場清悟（京都大学ＳＦ研究会ＯＢ）が主宰するアニメソング・メーリングリストだろう。一日あたりの流量はそれほど多くないが、濃い顔ぶれがそろっているだけあって投稿の質は高い。

第八講【秋葉原観測】

「家電街からオタクの聖地へ」

【講師】…西谷有人（フリーライター／エディター）

【この講義の読み方】学長・岡田斗司夫

▼「文化にはかならず、象徴的な空間が発生する」▼これは僕の持論だ。寂れたとはいえハリウッドは単なる地名ではなく、いまだ巨大エンタテイメント産業の象徴である。サブカルは渋谷、古書は神田、マスコミはゴールデン街。70年代マンガ関係者は西武池袋線近辺に集い、僕たちは「大泉学園」などという変哲もない駅名に憧れたものだ。僕がかつてガイナックスを吉祥寺に設営したのも、70年代サブカルチャーに対する憧れがあったから。そう、文化は象徴的な空間を作り、その場所は魔力のような磁場で「濃い」連中を寄せ集めるのだ。▼そのデンでいくと今、おそらく最も濃い場所は秋葉原に違いないだろう。西谷氏は秋葉原を「オタクの祝祭空間」として位置づけ、その未来を祝福する。僕たちにも、ついにメッカ（聖地）が与えられたのだ。

【講師略歴】西谷有人　にしや　ありと

エロゲー雑誌や声優雑誌の編集を経てフリーになる。現在、雑誌の読者ページ構成やゲーム原画集の編集などに腕をふるいつつ、いっそうの名声獲得を画策する日々。変形玩具とマジック・ザ・ギャザリングをこよなく愛する。代表作に『ノストラダまス』（彩文館出版・共著）、『ビーストウォーズ　テレビ百科』（ソニーマガジンズ　構成・執筆）などがある。

秋葉原。「家電製品が安い街」として世界的に有名なこの街に、ここ数年、大きな変化が起きつつある。

以前より、コンピュータやゲームに関連するマニアショップは数多く存在し、コンピュータマニア、ゲームマニアにとっては聖地と言うべき場所になっていたが、現在の秋葉原は、そのような特定のジャンルにとどまらず、オタクの欲望全般（注1）に対応できる、文字どおりの「オタクの街」と化しつつあるのである。

いま、秋葉原に何が起きつつあるのか？

「ラジ館」周辺を侵食するオタクショップ

ＪＲ秋葉原駅を降りて、「電気街口」と書かれた出口より駅を出る。その瞬間より、大手家電量販店のＣＭソングが耳を突く。蛍光色で描かれた看板の文字はゴシック体。古くから変わらない、典型的な「秋葉原の駅前」の光景である。

しかし、ほんの少し気をつけて見ると、その中に旧来の秋葉原観をくつがえすような要素を見て取ることができるだろう。

秋葉原駅前にそびえたつ、家電製品のショップが多数軒を連ねる巨大ビル「ラジオ会館」、略して「ラジ館」。「家電の街・秋葉原」を象徴するスポットだ。

だが今や、この3階フロアのほとんどは、オタク向け専門ショップによって占められているのである。

マンガの古本や古同人誌をはじめ、ＣＤ、ＬＤ、プライズゲームの景品などを一手に扱うショップ「Ｋ―ＢＯＯＫＳ」。アニメ、ゲームファンでごった返すその店内の様子は、周囲の電気街とはあまりに異なるムードが醸し出されている。

同じくラジ館4階には、国内有数のガレージキット・フィギュアメーカー「海洋堂」のショップ。たくさんの完成品を陳列したショ

注1／オタクの欲望全般
「全般」といっても、いわゆる「狭義のオタク」が好みそうなアイテムに限るのだが。人の欲望というのは限度も突拍子もないので、つけこむ側も大変である。

ウケースが目を惹き、店内にはアニメ、ゲーム系から洋モノ系まで、様々なフィギュアが展示販売されている。営業回りと思われる、スーツ姿のサラリーマン同士が、なつかしの特撮ヒーローたちを指さして、「俺、これ観てたよ」などと会話する光景も、ここでは珍しくない。

そしてこの6月には、ラジ館に隣接するビルに、都内に複数の店舗を持つゲームグッズショップ「ゲーマーズ」が出店。秋葉原の「顔」であり、最大の家電ショップ密集地であるラジ館周辺は、今や一大オタクスポットと化しつつあるのである。

こうしたタイプのお店は、他にも秋葉原には数多い。同人誌や美少女系コミック、トレーディングカードなどを中心とした品ぞろえの「虎の穴」は、秋葉原を代表するマニアスポットだ。中央通りからやや外れた小さな雑居ビルの、勾配45度を超える急角度の階段を登っていくと、『ナデシコ』のホシノ・ルリ（注2）の等身大ポップが出迎えてくれる。狭い店内には、掘り出し物を探す客の熱気が充満。同じビルには電気関係のジャンクパーツを売る店も複数入っており、ビル全体が、えもいわれぬ混沌空間と化している。

比較的古くから、同人誌や同人ソフトの販売を手がけてきた「メッセサンオー」も、秋葉原の各所に店舗を拡大してきている。以前は、三軒のゲームソフト専門店が軒を連ねる「三軒並び」として知られ、ゲームソフトを早く安く買うには絶好のスポットとされていたのだが、今ではその三軒のうち、二軒までがメッセサンオーの店舗となってしまっている。

巨大、マニアック、混沌 ——「アキバ系」の発生

「秋葉原といえば電器の街、コンピュータの街。たしかにオタクの行動半径内に入ってはいるが、そこにあるのはコンピュータ関連や

注2／ホシノ・ルリ この原稿を書いている時点で、「アニメオタクにいちばん人気がある」ということにされているアニメキャラ。『エヴァ』以降のアニメ産業の抱える最大の問題は、人気のあるネタと商品化可能なネタとが、必ずしも一致しないところにある。

ゲームソフト専門店など、家電やコンピュータに関係のあるショップだ」
　今までは、たしかにそういう認識があった。だが、これまで述べてきた店は、家電製品に特に深い関わりがあるわけでもない。旧来の「秋葉原＝電気街」というイメージだけでは、把握しきれない種類の店なのである。
　ゲームソフトのショップも、マニア層を相手に多様化、先鋭化が進んでいる。「ソフマップ」や「ラオックス」などの大手ショップは、豊富な品ぞろえで圧倒するかのような巨大な売り場を備えた専門館を設置。単にゲームそのものを販売するだけでなく、攻略本や原画集など、様々な関連商品に売り場の多くを割いているのが大きな特徴と言える。
　中央通りが歩行者天国となり、客足が多くなる土日、様々なイベントを開いたり、コスプレ姿のコンパニオン（注3）を配して集客につとめる光景も、もうお馴染みのものとなった。
　これに対し、小規模なお店は品ぞろえのマニアックさで対抗する。中でも特徴的なのが、希少なプレミアムソフトを扱うお店だ。出荷数が特に少なかった幻のソフト（注4）が、数万円という価格で店頭に並んでいる。ファミコン時代のソフトやハード、周辺機器なども、ここではれっきとした現役商品なのである。
　アニメやゲーム関連の、ＣＤやＬＤを専門に扱うお店も、以前より秋葉原には少なくなかったが、近年増加する一方である。
　大通り沿いの一等地に、ゲームセンターやマンガ喫茶などが居を構えるという光景も、旧来の秋葉原のイメージとは程遠いものがある。
　多数のマニアやオタクが集う秋葉原の街には、アヤしい人物も徘徊する。
　発売から半年以上前に、『Windows98』のベータ版ＣＤと称するものを売っていたオヤジ。宗教系パソコンショップのチラシを配る、目の焦点のあっていない若者。正体不明の募金活動。最近では、プレイステーションの改造用パーツなどが路上で販売されているとい

注3／コスプレ姿のコンパニオン
ほとんどの場合、メーカーから派遣されたお姉さんである。本人たちもわりと喜んでやっているようなので、別にいいと思う。

注4／幻のソフト
代表的な所としては、『メタルスレイダーグローリー』（ファミコン）や『マジカルチェイス』（ＰＣエンジン）あたりが挙げられる。なお、これらに比肩する高額プレミアがついていた『センチメンタルグラフィティ ファーストウィンドウ』（セガサターン）は、最近になりその価格が暴落。三千円台で販売されるケース（秋葉原ではないが）まで出現するに至り、「プレミアソフトの値は、上がることはあっても下がることはない」という定説を見事に覆した。

う。彼らの存在により、秋葉原という街をいっそう混沌に彩られたものとなっていく。

こうした状況の中で発生したのが「アキバ系」という言葉だ。流行に敏感な、オシャレな「シブヤ系」の対義語として、ファッションに無頓着で同人誌やプライズ景品を買いあさる姿を指す言葉として、オタクたちが自嘲気味（注5）に用いているのである。

家電の街からコンピューターの街へ、そしてオタクの街へ。秋葉原はなぜこんなにも変わってしまったのだろうか。

始まりは、「家電のアキバ」の凋落

かつて秋葉原は、家電製品の安い街として知られていた。ちょうど、新しい家庭をこれから築く新婚さんが、新居のための家電製品を購入しに秋葉原を訪れる、そんなイメージの街だったのである。

だが、今よりおおよそ十年ほど前、「コジマ」などの郊外型電気店チェーンが、その勢力を大幅に伸ばしてきた。時を同じくして都心部でも、「ヨドバシカメラ」「ビックカメラ」などの量販店（注6）が、取扱い商品を家電製品中心にシフトしてくる。

これらの店は、はっきり言って安かった。新製品の安売り、モデルチェンジ直後の旧製品の大幅なダンピングなどを積極的に行ない、秋葉原の店舗と同等、もしくはそれ以下の価格で、一般家電製品を販売したのである。

その結果どうなったか。普通の家電製品を安く買うだけが目的なら、わざわざ秋葉原にまで足を運ばなくてもよくなってしまったのである。

もっとも、価格の面では並ばれてしまっても、まだ秋葉原には「品ぞろえ」という強力な武器があった。一軒の量販店で扱っている商品数と、秋葉原の家電ショップすべてを合わせた商品数とでは、文字どおり桁が違う。

だが、一般的な家電製品を購入するにあた

注5／自嘲気味に
ほとんどのオタクは「自分は他のオタクとは一味違う」と思っている。そのため、オタクの自嘲はあたかも他人事のような口調であり、とうてい自嘲に聞こえないのが常である。この脚注もいい例だ。

注6／〜などの量販店
今では、どちらも家電中心の店であり、店名になぜ「カメラ」という単語が含まれるのかがさっぱりわからない。一方などは「カメラ」の文字を捨て、すっかりカメの店になってしまった。

って、それにどれほどの意味があろうか。例えばテレビを例に取ると、量販店にだって、14型テレビも21型も29型もちゃんと売っているのである。たしかにすべてのメーカーのすべての商品が揃っているわけではないが、単に「テレビが欲しい」というだけの人にとっては、それでまったく問題がない。「どこのメーカーの、この形式の商品が欲しい」と、はっきり指名買いをするのでもないかぎりは。

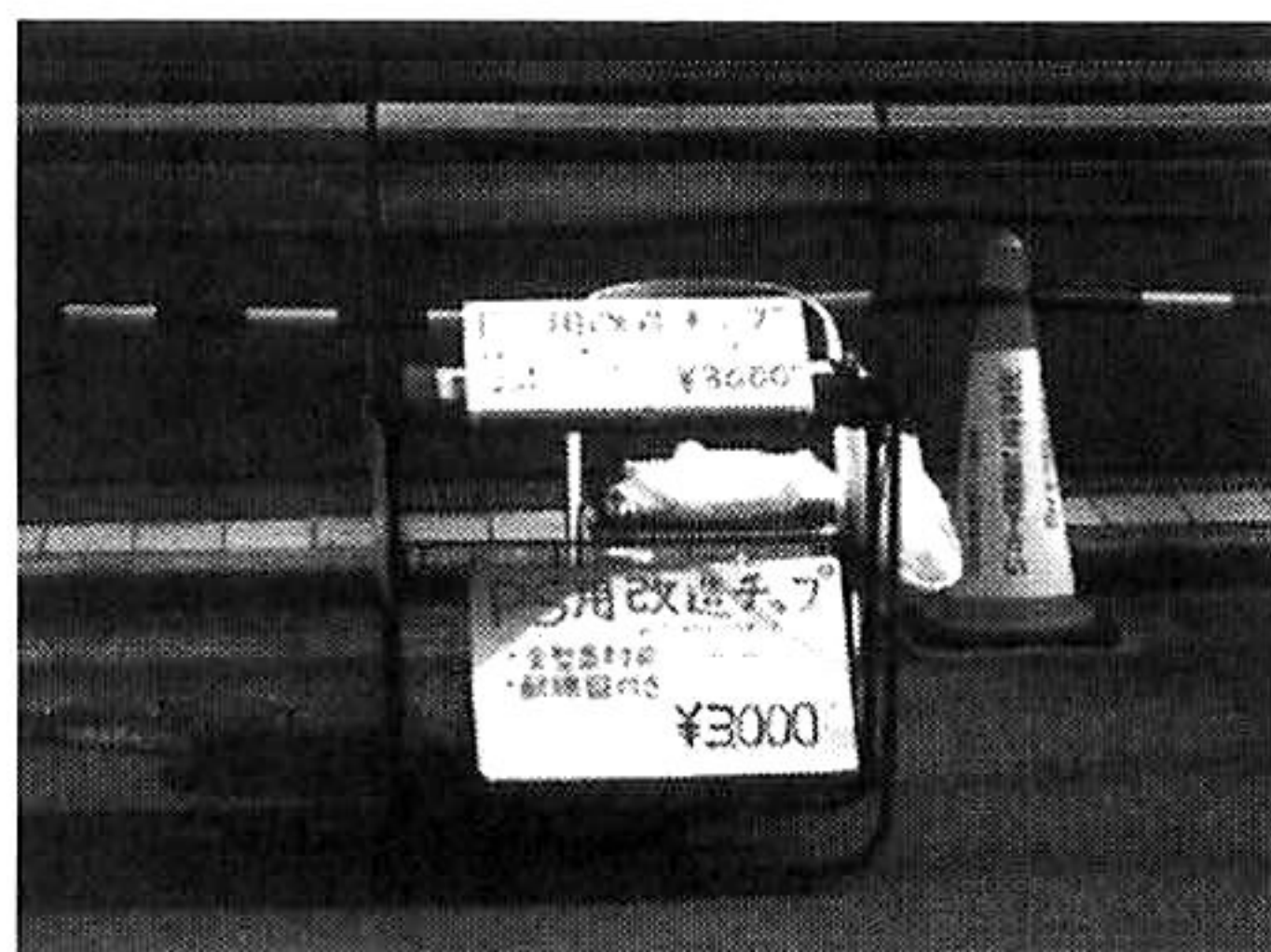
こうして、「普通に家電製品が欲しい人」にとっては、秋葉原は徐々に魅力のない、縁遠い地域になりはじめていたのである。

では、そんな状況の中で、それでも秋葉原にせっせと足を運ぶ人は、何を目的にしていたのか?

言うまでもなく、量販店では手に入らないもの、秋葉原でしか買えないもの、秋葉原なら、探せば見つかるもの、を求めていたのである。

パソコンで「アキバ」が復活した理由

ちょうどこの頃、日本国内に、AT互換機パソコンが流れ込みはじめた。それまでは多くのパソコンが、「どこで買っても同じようなもの。価格さえ安ければそれでいい」といった、一般家電製品と同様の扱われ方をしていたのであるが、ATパソコンの登場とともに、その認識は徐々に変化していく。よりマニアックな視点で、自らパーツを集め、ハードウエアを組み上げるような接し方が、一般的なものとなっていったのである。

それ以前にも、秋葉原にはパソコンを扱うショップは数多く存在していたのだが、こうした流れに応じてよりマニアックに分化し、パーツショップやソフト専門店、ジャンク屋などが軒を連ねるようになってくる。こうした商品こそ、客にしてみれば、量販店などでは手に入らないもの、秋葉原に行かないと買えないアイテム(注7)であったのだ。

注7/秋葉原にいかないと買えないアイテム
AT機用のソフトも、もちろん秋葉でないと買えなかった。

こういった事情もあり、一般客の秋葉離れが進行する一方で、パソコン関連のマニアックなショップは従来通り、いやそれ以上に繁栄することとなった。そして「秋葉原ならではの物」を買いに来る客の客足だけが、衰えることなく、秋葉原を埋め尽くしたのである。

マニアックで「濃い」パソコンユーザーが、客層全体に占める割合が増加するにつれ、必然的に、そのような客を相手にした店が増加していく。そうなると、そういった店を目的に秋葉原に向かう客もますます増えていく。

店の数が増えれば、目当ての物を入手できる可能性も増す。この店にはなくても、隣に行けばあるかもしれない。秋葉中を探し回れば見つかるかも知れない。

同ジャンルの店が多いのだから必然的に価格競争も始まる。安い店を探せば安く買える。パソコンに限って言うならば、もう量販店になんか行っている場合じゃない。

こうして秋葉原は急速に、「家電の街」から「パソコンの街」へと変質していったのである。

カウントダウン販売
——アキバが祝祭空間と化すとき

ここで、やや話はズレるが、秋葉原が、普通の商店街と本質的に違うということを如実に示す例を挙げよう。「カウントダウン販売」と呼ばれるものがそれだ。

特に前評判の高いパソコンソフトウェアなどが発売される際、その前日の深夜より無数のファンが詰めかけ、夜を徹して発売を待つのである。店の方でも、日付が変わった瞬間(つまり深夜零時)から販売を開始するため、並んだ客たちはその瞬間を待ちわび、数秒前より声を揃えてカウントダウンを刻む。これが「カウントダウン販売」の名の由来である。

パソコン界の動向を左右する超大型商品『Windows95』の発売前夜、秋葉原の街は祝祭空間と化していた。「ソフマップ」をはじめ

とするいくつかの大型店舗は、平常の閉店時間を過ぎてもなお営業を続け、『95』発売を待ちわびる人々に対応。客はその店頭に行列を作り、仲間内で交代で食事に出かけたりしながら、販売の瞬間を待っていた。

　そこに集まっていた我々がみな、一秒でも早く『Windows95』を手に入れたかったのかというと、決してそういうわけではない。彼らは『Windows95』の発売という事件が起きた、その現場、その瞬間に立ち会いたかったのだ（単に野次馬根性で見物に行ったという人（注8）も多かったのだが）。

　テレビの中継車が秋葉原の光景をリポートする。その映像はリアルタイムで、展示中のテレビに流され、我々は奇妙な気分でそれを眺めていた。洒落のつもりだろうか、Ｍａｃのロゴ入りのＴシャツを着て現われた男が、他の客から爆笑と喝采で迎えられる（注9）。とっくに閉店している店のシャッターにも、『Windows95』の広告チラシと、自店での販売価格を告知する張り紙が貼られている。

　やがて始まるカウントダウン。まるで大晦日のような盛り上がりで、深夜の秋葉原は沸いた。

　パソコンのＯＳが発売されるというだけで、秋葉原の街はお祭り騒ぎ（注10）と化した。いや、秋葉原という街が、この日ばかりは特別と、お祭り騒ぎを許容しているのである。そしてテレビのニュースでは、「一部のパソコンマニアの奇行」としてではなく、「あの『Windows95』は、これだけの反響を呼んでいる」という文脈でそれを報道している。

　あれこそまさに、かつて一部のオタクの物という印象で語られてきたパソコンが、あらゆる人々の生活にとって必要不可欠な物になっているということを、如実に示す象徴的な光景だったと言えるだろう。

注8／見物に行ったという人
もちろん筆者もその一人である。当時『Win95』を載せられるパソコンなど持っていなかったにもかかわらず、わざわざ見に行ったのだから、なかなかの馬鹿者である。

注9／爆笑と喝采で迎えられる
こういう場合、冷たく無視すると「シャレのわからん奴」とみなされるため、とりあえずウケておいたほうがいい。

注10／お祭り騒ぎ
とは言っても、別に奇声を発したり破壊活動にいそしんだわけではない。たとえ「お祭り騒ぎ」の場であってもあくまで理知的、それが古典的オタクの特徴である。有明で行なわれているコミケでは、あれほど大量の人間が極めて整然と行儀よく行動しており、かえって不気味なくらいだ。

日本社会全体のオタク化とともに

話を戻そう。パソコンマニアの多くは、その活動領域をパソコンの世界にとどめてはいない。ほとんどの場合、アニメやマンガ、家庭用ゲームなど、いわゆる狭義の「オタク的」な趣味を持っているのが通例であった。

また、パソコン通信や、近年ではインターネットなどの隆盛の結果、アニメファン、マンガファンが、ひとつのメディアとしてパソコンに手を出すケースも増えていった。ここに、「パソコンの街」となった秋葉原が「オタクの街」へと化す素地が潜んでいたのであった。

秋葉原の変質は、時期的に言えば、80年代末から90年代初頭にかけて。この時期はちょうど、社会全体がオタク化の傾向を強めていった時期にあたる。

幼少期に『ヤマト』や『ガンダム』、あるいは『うる星やつら』などを観て「オタク文化」の洗礼を受け、「アニメやマンガ、ゲームは大人になったら卒業だ」という観念を持たずに育った世代。彼らが大人となり、ある者は送り手として、またその他の者は消費者として、文化・経済の中枢を担うようになったのが、この時期（注11）なのである。

こうした流れが、当時急速にマニア化、専門店街化しつつあった秋葉原に影響を及ぼさないはずがない。パソコン目当てで秋葉原に向かうオタクたちの、隠れたニーズに応えるため、アニメLDなどを販売する店舗が増加し、ゲームショップは同人ソフトやプレミアソフトなど、秋葉原でしか買えないような商品に重点を置きはじめた。

そして、その延長上にあるのが、冒頭で述べたようなオタクショップの数々であると言うことができるだろう。「秋葉原の各店舗のマニア化、先鋭化」と「日本全体のオタク化」。この二つが時期を同じくして起こった結果、秋葉原は今のような姿になったのである。

注11／この時期
具体例としてはとりあえず、アニメ、特撮作品の全話LDボックスという、明らかに『成人したオタク』を狙った商品が、ちょうどこの時期以降に一般的なものになっていったという事実を指摘しておきたい。

「オタク的」な文化、「オタク的」な商品は、「アニメ」「ゲーム」「マンガ」などといったジャンルを越え、渾然一体となって世を席巻しつつある。秋葉原の現在は、そんな世の中の、じつにわかりやすい縮図と言えよう。

アキバのオタク化と、世界のアキバ化

これまで家電専門だった秋葉原の大型店も、今や必ずと言っていいほどパソコンの売り場を設けている。社会全体がオタク化するのと歩調を合わせて、オタクの必携アイテムだった物が社会全体にとっての必需品となっていく。いや、それは結局、同じことを意味しているのかも知れない。

もっとも、『Windows95』ほどの大型商品だからこそ、あれだけの事件になったという側面はたしかにある。ごく一部のオタクだけではなく、普通の人にもその価値を理解しやすい商品だったからこそ、あの騒ぎは許容されたのだろう。

事実、極めて前評判の高かった恋愛シミュレーションゲーム『センチメンタルグラフィティ』の発売日前夜にも、数多くのオタクたちが秋葉原の店頭に集ったのだが、彼らはその場で整理券を渡され解散させられてしまった。『センチ』の発売は、お祭り騒ぎを引き起こすに足る事件として、秋葉原の街から認められてはいなかったのだ。

いつの日か、ギャルゲーの発売日が秋葉原の祝祭日となり、カウントダウン販売が行なわれるようになるのだろうか。その時こそ、秋葉原のオタク化、そしてこの社会のオタク化が、一つの極に達した瞬間だと言っていいだろう。そして、私たちの住むこの世界は、確実にその方向に向かっているのだ(注12)。

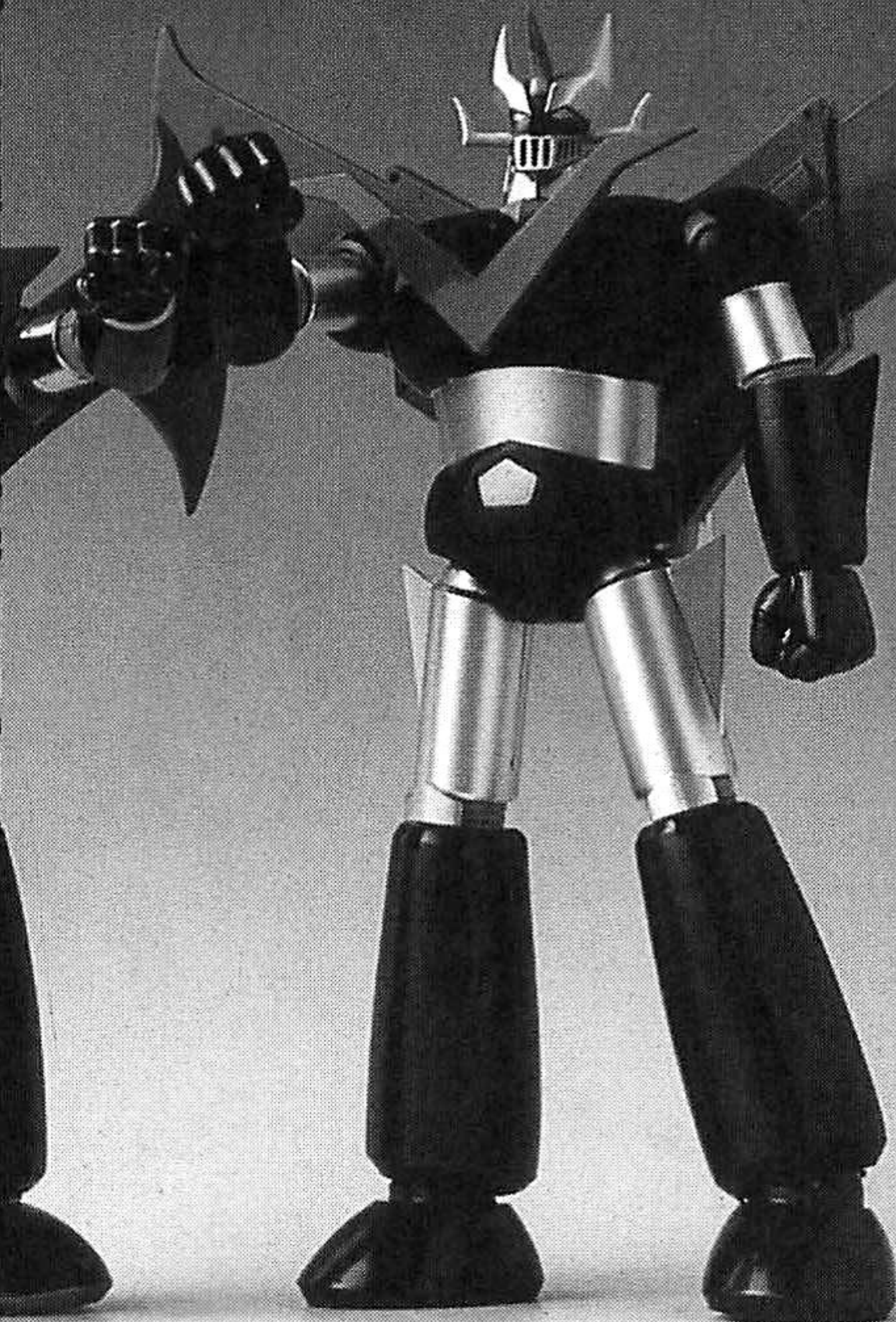
(協力:平戸秀和)

注12／その方向に向かっているのだ
たとえ嫌でも、今さら止まらないのだ。

第九講
【おもちゃ論】

『おもちゃバブル』の行方

【講師】…額田久徳

【講師略歴】額田久徳　ぬかた　ひさのり
1962年神奈川県生まれ。広告制作会社を経て、ワールドフォトプレス営業部に入社するが、突然編集部に左遷される。現在「モノ・マガジン」編集部と「フィギュア王」編集部を兼任、またグリーンアロー出版でも数々のおたく本を企画。「ブースカ」と「ハイジ」集めに生涯を捧げるつもりでいたら最近では「エルちゃん」にも色気を出し始めている。

【この講義の読み方】学長・岡田斗司夫

▼僕は90年代後半を「オタク界、実りの秋」として捉えている。これはアニメ論の巻頭でも「進化は終わったか」と書いたことに関係しているので急ぎ足で説明してみよう。▼物事は「起承転結」の順に起こるべくして起きる。原因は結果を生み、また次の起因となるのだ。かつて単なる子供文化だったマンガは50年代後半にTV化・週刊誌化された。その作り手はいわゆる「55年体制」への社会意識を子供番組へと持ち込み、ここに日本独自の「子供向けのくせにやたら業の深い」オタク文化は生まれる。70～80年代でこの文化はありとあらゆるバリエーションを展開し、この文化で育った世代が今や送り手となった。▼しかしそれはまた「オタクの暗黒面」としてオウムや宮崎事件を呼び、表現も昨年の「もののけ」「エヴァ」で頂点を極めた。そして残ったのは何か。巨大な二次商品化産業、すなわちオモチャである。すでに親となったオタク第一世代はオモチャや商品を介して次世代とコミュニケーションを取っている。▼そう、オタク文化は暑い夏、激しい台風の時期を過ぎ、実りの秋を迎えたのだ。額田氏には業界事情を含め、その現状を初心者にもわかりやすくレポートしていただいた。

おしゃれなスポーンとオタクなエヴァ
——フィギュア・ブームの幕開け

97年はおもちゃ業界にとり、まさに飛躍の年であったということができる。ホップ・ステップ・ジャンプでいえばステップにあたる年だった。

前年の96年からそのブレイクの兆候は、少しずつではあるがあらわれていた。

96年はまずフィギュア専門誌が次々と創刊された年である。「マッシヴアクションフィギュア」「ハイパーホビー」そしてその年の秋には「モノ・マガジン」のフィギュア特集、これが当たり「フィギュア」という名称は一般化する。それまでオタクたちの間でしか認識されていなかった記号がイッキにストリート系（注1）カジュアルグッズにまざり、流行りモノとして浸透していくのである。

実は同時進行としてそのブレイクの要因というのは何点かあった。まず第一に映画・テレビのオタク作品のヒットということがある。アメリカのオタク監督ジョージ・ルーカスが『スター・ウォーズ』をリメイクしているというニュースが流れ、元SF・映画少年たちを再びこちらの世界へ呼びよせた。

もともとスター・ウォーズ・フィギュアはその種類の多さと抜群の知名度でコレクターも多い。ブルマァク（注2）の怪獣ソフビなき後、価格の手頃さと豊富なキャラクターでそのコレクション地盤を実質的に受け継いだラインなのだ。そういったところからもフィギュアは抵抗なく簡単に受け入れられ、ブームは再燃する。

一方アメコミから飛び出してきた「スポーン」が新しいアクション・フィギュアの潮流をつくり、注目される。

原作者のトッド・マクファーレンは元マーヴルコミックスの漫画家。「スパイダーマン」を描いていた人といえば、だいたい絵柄の想像もつくだろう。しかし権利関係での待遇面

注1／ストリート系
ストリート系とは、何か。それは「Gショック」であり「ナイキ」であり「ステューシー」などのブランドである。ナイキのスニーカー欲しさにカツアゲが続出して新聞をにぎわせたのは記憶にみんな残っているだろう。しかしそれだったら「ドラクエ」のが先だぞー。

注2／ブルマァク
マルサン—マルザン—マルサン—ブルマァクと続いた怪獣ソフビも、ブルマァクの倒産とともに終結を迎える。それは怪獣ブームが終わりロボットへと移行する時期でもあったのだ。その後ポピーの「キングザウルス」シリーズが登場するが、もうあのデフォルメされた怪獣デザインを見ることはできなくなった。

注3／直接フィギュアとは関係ない～ショップ
カジュアルショップの店長たちは仕入れのためにアメリカへ行って、その時に流行っているモノをついでに買ってくる。客はみんな影響されやすいので、そういった流行先取り人のフィルターを通したモノはその実力以上に魅力的かつ斬新に見える

での食い違いにより彼は会社を飛び出し、自分の会社を立ち上げる。それが「マクファーレントイズ」だった。スポーンの人気の秘密としてガレージキットばりのディテールの緻密さがあげられるが、それもそのはず。クリエーターが社長なんだからそりゃあ細かくなるはずだ。

　スポーン・フィギュアはアメコミ調のおしゃれなブリスターパックにより、直接フィギュアとは関係ないジーンズやスニーカーなどを扱っているショップ（注3）の店先に置かれるようになってきた。

　もともと新しモノ好きの彼らだし、インテリアとしても店の雰囲気によくマッチしているということで次第にそういった店の客層に受け入れられていくことになる。他にも中国生産ゆえの塗りむらなどの、出荷時の些細な違いが「バージョン違い」として話題を呼ぶ。

　こうしておたく以外のところで、ちゃくちゃくと確実におもちゃブームが進行していくのであった。

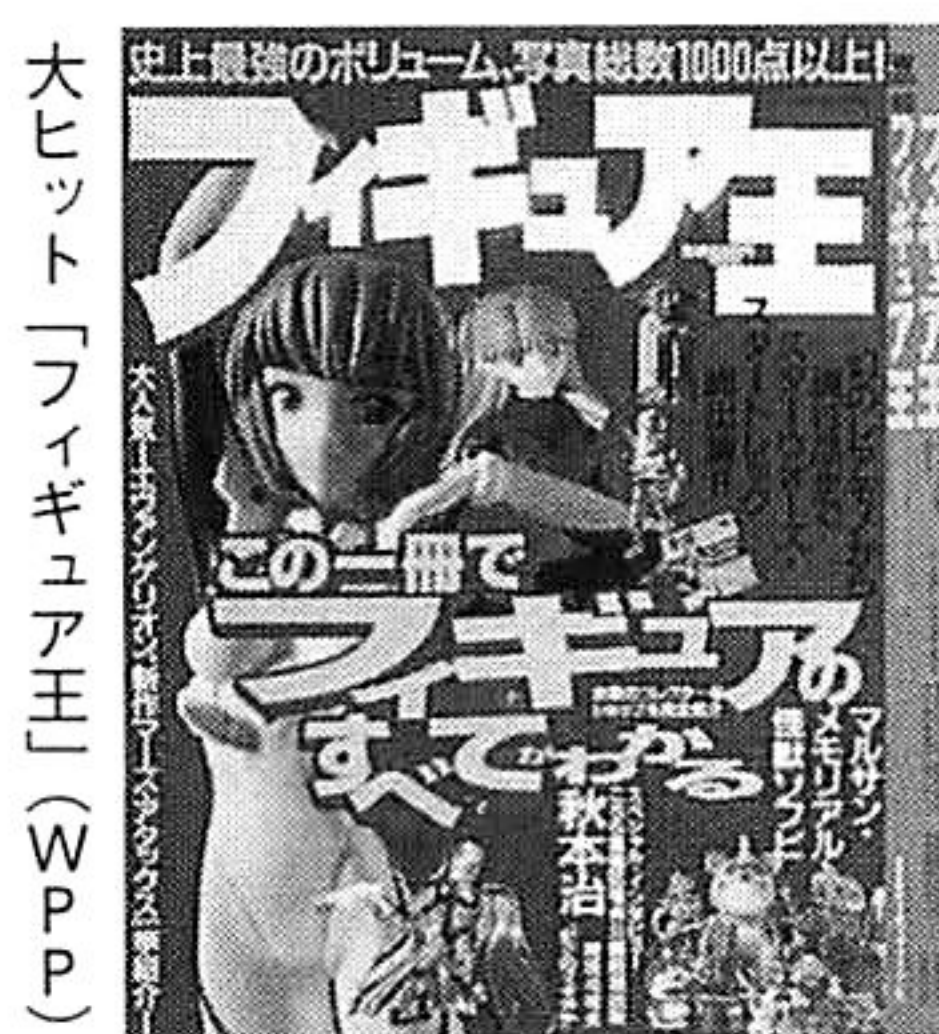
　一方おたく層はといえば、「エヴァンゲリオン」のヒットをあげることができる。

　このアニメによって、昔アニメ少年だったいまの社会人（25〜40才くらいまで）がまた再びアニメを見るようになった。いわゆる文化人たち（注4）までもが、いや逆にそれらの人々が先陣を斬ってこのアニメを誉め出した現象も、彼らが抵抗なく戻れる要因となった。『スター・ウォーズ』にしろ何にしろ一度卒業してしまった者が帰ってくるにはそれ相応の理由づけが必要なのである。

　「エヴァ」のヒットにより関連フィギュアも売れるようになった。

　そのころちょうど「モノ・マガジン」誌の特集の売れ行きに気をよくしたワールドフォトプレスは、一般向けフィギュアの専門誌「フィギュア王」を創刊する。創刊号は即日完売という版元さえも信じられないような凄まじい売れ行きで、日本全国おもちゃブームはのである。

注4／いわゆる文化人たち
　これらの文化人たちはいつか必ず昔発表した自分たちの意見に復讐される時が来るのである。それは「ヤマト」で同じ思いをした先達がそう言っているのだから間違いない。いまからそのへんの資料をとっておいて寝かしておくのもいいかもしれない。だってたかが「アニメ」にそんな大騒ぎしちゃって、本当にそれでみんな正気だったの？

大ヒット「フィギュア王」（WPP）

ますます過熱していくのであった。97年の初めのころである。

ポストたまごっち、「ハイパーヨーヨー」の意外なプロモーション戦略

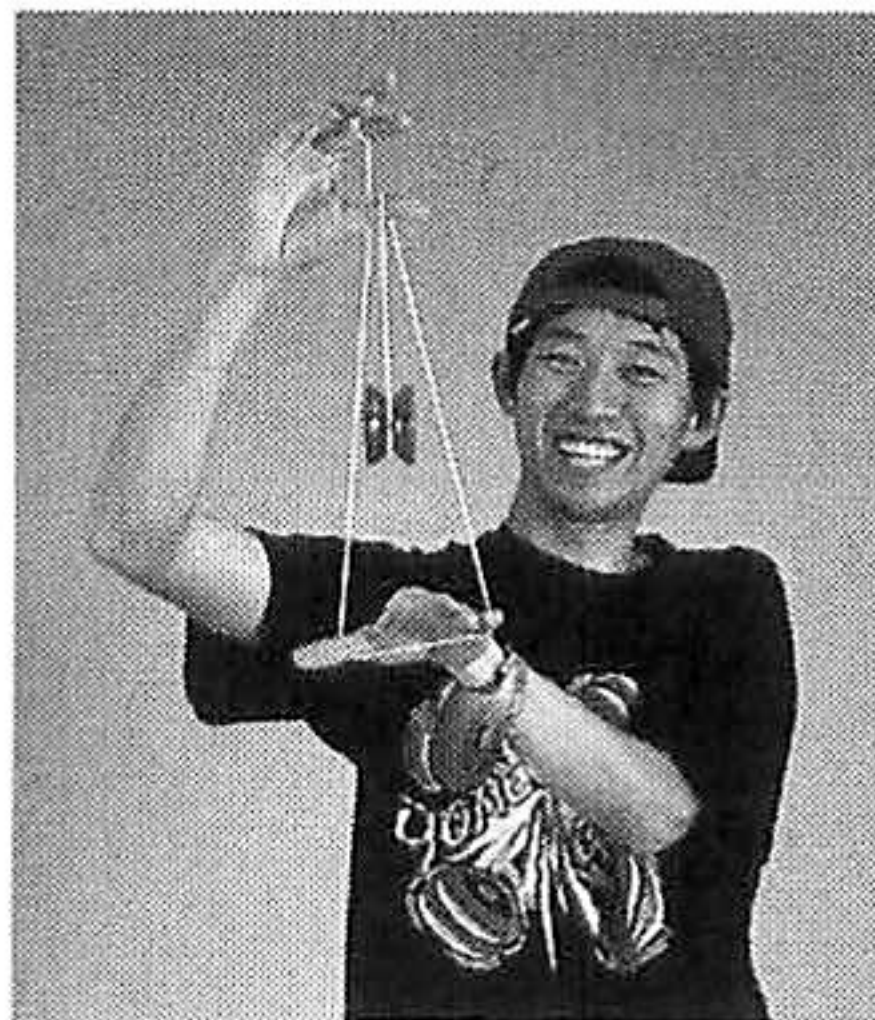
さて、このころのヒット商品といえば「プリクラ」と「たまごっち」をあげることができる。どちらも日経（注5）などのお堅い大人向けメディアでも現象としてガンガン取り上げられていたので、日本全国誰もが知るところの商品となってしまった。

この両者の共通点はいったい何か？　それはふたつともおもちゃであるということだ。一般商品を差し置いて、おもちゃがこういったカタチで脚光を浴びるようになり、ますますおたくと一般人のおもちゃに対する抵抗感の差はなくなっていったのだ。

大ブームとなった「ハイパーヨーヨー」（680円～5000円）。今ではSMAPのクサナギクンでさえ、番組内でワザを披露しているぐらいでブームもだいぶ沈静化に向かっている。が、まだまだ日本全国のこどもたちの熱い支持を受け続けている。

「たまごっち」に陰りが見えはじめた97年の春、バンダイ玩具第一事業部は次なるヒット商品として、全米で400万個、オーストラリアで100万個を売り切った実績を持つ「ハイパーヨーヨー」に着目する。

このヨーヨーは67年の歴史を誇るアメリカの大手ヨーヨー・メーカーのダンカン社、最新のギミックを搭載したヨメガ社製のもので非常に高品質なのが特徴だ。競技性が高く、数多くのトリック・プレイができる。なかでもおもしろいのが、個性的なデザインのヨーヨー。より高度なワザを可能にするため、さまざまな仕掛けがほどこされている。

人気の「ハイパーブレイン」（ヨメガ）は、ボディ内にクラッチが組み込まれ、回転数が落ちると自動的に巻き戻る。だから、かつて

ハイテク搭載で「こんな技も簡単」ハイパーヨーヨー

注5／日経
おどろくなかれ。案外「日本経済新聞」というのはおたくネタが豊富なのである。本紙だけでなく兄弟分の日経産業などもかなりおたくネタにスペースさいてるのだ。だから日々のチェックは欠かせない。「エヴァ」の記事がとくに多かったのは12チャンネルだという理由だけ、他意はない。

注6／「犬の散歩」や「大車輪」
これらのほのぼのとしたネーミングも今となってはヨコ文字に変換されてしまって、味もそっけもない名前となっています。ああ時代は変わったのう…。

躍起になって練習した「犬の散歩」や「大車輪」（注6）などがすぐにできてしまうのだ。

また、鼓のような独特なフォルムの「ハイパーパピヨン」（ダンカン）は、綱渡りなどのストリングプレイが簡単に楽しめ、「ハイパープロ」（ダンカン）は、「ルーピングプレイ（世界一周などの技）」ができるようにかなり薄型軽量に設計されている。どのヨーヨーもカラーリングやデザインがかなりポップ（スケルトンや蓄光などもある）で、世界中の若者に支持されるのもうなずけるデキなのだ。

98年の8月に新発売されるヨーヨーには、ブンブンと蜂のような音がする「ハイパーワスプ」やピカピカとフラッシュする「ハイパーミラージュ」などがある。

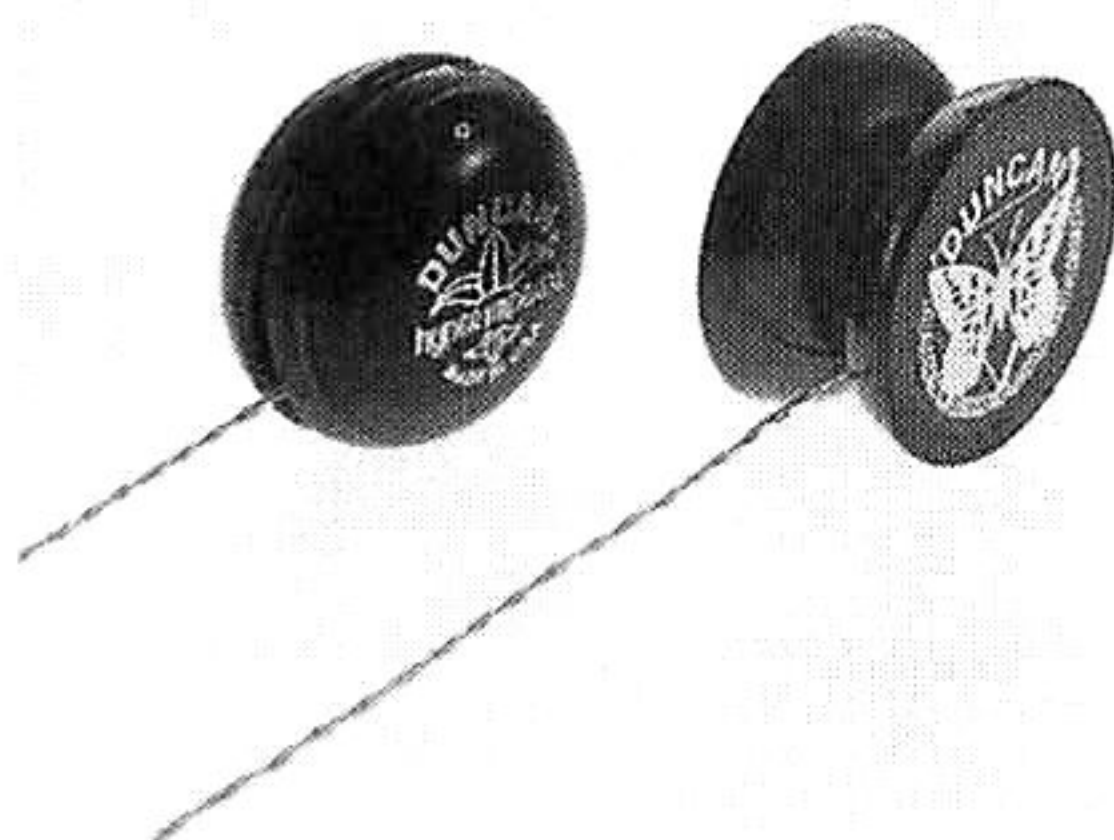
「ハイパーヨーヨー」が日本に上陸しはじめたのは96年ぐらいから。当時、サーファーやボーダー系の若者を中心にヨーヨーがジワジワと盛り上がってきていた。もとはといえば、ハワイのボンクラ・サーファーが波を待っている間にヨーヨーで遊んでいたのを日本のスポーツ・ショップが目をつけ、お店に置いたのがはじまりらしい。

かつてのヨーヨーといえば、コカコーラの景品（注7）であり、スケバン刑事の武器であった。ところが、90年代のヨーヨーである「ハイパーヨーヨー」はそんなマイナス・イメージも払拭してしまうほどの魅力を持っていたのだ。

これをうまく売り出せば、二匹目のドジョウも夢ではないはず。そこで機動力のあるバンダイはダンカン社とヨメガ社とガッチリ提携した。バンダイは97年4月から「ハイパーヨーヨー」を発売し、同時にプロモーションを行っていった……。

それはどんなにすばらしい戦略だったかというと、なんと海外からプロ・スピナー（ヨーヨー・プレーヤー）を招へいし、全国を回るという地道なものであった。

97年のゴールデンウィーク以降、夏、冬、

注7／コカコーラの景品
コカコーラのヨーヨーはここのところの懐かしおもちゃブームにのってプレミアムがついています。プロフェッショナルで1万円くらい。

ダンカン社「ハイパーパピヨン」（右）と「ハイパーインペリアル」

春休みを中心に全国各地で全米プロチームによるデモンストレーションを展開して、98年3月までになんと500カ所を回ったというから驚きだ。まるでかつてのコカコーラのヨーヨーチャンピオンのようなやり方だったが、この使い古されたプロモーション（注8）がいちばん効果的だったようだ。

　というのは、コカコーラのヨーヨーチャンピオンはダサい真っ赤なジャケットを着ていたのに対して「ハイパーヨーヨー」のスピナーは、ダブダブのTシャツにショートパンツというヒップホップスタイル。そんなヤツらが目の前でカッコよくワザをキメてみた日にゃもう、お子ちゃまなんてイチコロだ。「ハイパーヨーヨー」はビジュアル的にカッコイイものとして、口コミも手伝って全国のボンクラどもに認知されることになった。

　そして、バンダイはおもちゃ売りの定石通り、「コロコロコミック」や「コミックボンボン」、学年誌などでメディアミックスを開始する。

　ワザのテクニックはもとより、ヨーヨーの種類、メンテナンスまでわかりやすく徹底解説。テクニックビデオ2タイトルも販売し、累計9万5000本を売り上げた。またオフィシャルトリック認定制度なるものを導入し、ワザを認定してもらえる制度を設けることによって「ハイパーヨーヨー」の競技性、スポーツ性を強く打ち出した。さらに「ハイパーヨーヨー」の種類の豊富さがヨーヨージャンキーたちのコレクション魂を痛く刺激。もちろんシールやトレーディングカードも発売されている。

　カリスマの存在も忘れてはいけない。中村名人というプロ・スピナーが登場して、テレビ、雑誌、イベントで煽(あお)りに煽れば、気分はファミコン、四駆、ポケモンの熱狂とそうかわらない。となれば、あとは黙っててもブームになっていくというわけだ。

　ちなみに絶大な人気を誇る中村名人は、「ハイパーヨーヨー・オフィシャル・テーマ・ミ

注8／使い古されたプロモーション
　まあ結局いつになっても人間の本質というのが変わらない以上、プロモーションも同じスタイルでOKということでしょう。一見ドロくさく思えるやり方だけど、実際はこういったドサ回り形式の方が、コドモネットワークに訴えるわけですよ、本当。こどものうわさというのは学校があるから広がる時はものすごい勢いでブワーッといくのだ。そこには個性的なんて単語はなく、ただ横並び意識のみが存在する。子供産業が当たれば大きいとはそういった理由からなのだ。

注9／ガシャポン
「ガシャポン」というのはバンダイの登録商標であり、ヨソのメーカーでは使えない。だからヨソでは「ガチャガチャ」などと呼んでいる。

ユージック」と中村名人のテーマ曲をカップリングしたCDを発売している（まるでハドソンの高橋名人だ）。
　こうして97年の夏休み以降、小学校高学年の男児を中心に人気沸騰した「ハイパーヨーヨー」は、98年3月末までには累計800万個を売り尽くしてしまった。発売前にバンダイからプロモーションを受けたときは、正直言ってここまでヒットするとは思っていなかった……、バンダイおそるべし。

大人がはまった「ガシャポン」

　一方、大人たちの間（大人といってもおたくではあるが）ではガシャポン（注9）が大変なことになっているという噂が、96年くらいから広まっていた。
「ガシャポン」とは何か。
　子供のころ駄菓子屋の店先にあった、十円玉を入れて一回転させると中からカプセルに入ったおもちゃが出てくるアレである。グリコのおまけに毛が生えたようなものだ。
　当時はノンキャラクター中心だったが、何とバンダイではそこにしっかりとした版権モノ、つまりウルトラマンなどのキャラクターモノであるが、それをもって本格参入してきたのである。これはたいへんなことだった。バンダイの戦略的なうまさは大人と子供をいっぺんにターゲットとしたことである。
　例をあげよう。昼間子供が「ガシャポン」でウルトラマンを取ってくる、家に持って帰りさんざん遊んでそのへんにほっておく。夜になりお父さんが帰ってそれを見る。「おっ、ウルトラマンじゃないか、懐かしいなあ。バルタン星人もあるのか」という状況になり、最後には子供を差し置いて自分がはまっていく、もう思うツボである。
　200円という価格設定（注10）も、子供たちが次々に集められる価格ではない。「ガシャポン」は完全に大人を狙ったスマッシュヒッ

注10／200円という価格設定
5回やれば1000円。この価格設定はもはやこどものおこづかいでカバーできる額でない。そこで正しい「ガシャポン」のやり方とは、周囲のガキンチョたちのうらやましそうな視線を無視しつつ、資金力にものをいわせて、一挙に数十個取るというスタイルである、文句あるか。

お父さんが子供から取り上げるガシャポン「HGシリーズ」

トの商品だったのである。

もちろんおたくたちはそんなこととは関係なしに、どんどん自分たちのネットワークで買っていくのだが、彼らはとくに煽らなくても関係なく買うので、バンダイとしてはそこの層は安パイとしてとくにプロモーションはかけていないのである。

とくにガシャポンの中でも「HGシリーズ」（注11）というズバ抜けてリアルで出来が良いジャンルのブレイクはすごかった。

ガレージキットと見間違うかのごときバランスと色彩。それもそのはずである、つくっているのは相当な腕の原型師という話を聞いた。原型師の名はバンダイでは正式には発表していないが、仕上がりをみれば、腕の良さは一目瞭然である。種類的にも「ウルトラ」の他に「ゴジラ」「ガメラ」「ライダー」「ロボコン」などもう男の子たちのツボつきまくりで、見れば絶対買わずにはいられないラインナップが揃っている。

現在では（98年6月）初期の「HG」は相当なプレミアムがついてしまって、おいそれと手に入るものではなくなってしまった。しかし現物は大量にあるので、トイショーなどのイベントでもショップでも、どこにいっても見ることができる。

男子向けキャラクターモノといえばマルサンの時代から、スタンダードサイズのヒーロー怪獣シリーズだった。それはマルサンがなくなってブルマァクになりポピー、バンダイとなっても現在のウルトラ怪獣シリーズまで進行形でずっとつくられ続けているのだが、ここへ来て市場流通価格から判断すれば、その主役は完全に「ガシャポン」に取って変わられてしまったのではないだろうか（注12）。

超合金バブルの発生

97年の年末にはもうひとつ、おたくたちの熱い魂を揺さぶる商品が誕生した。それはバ

注11／「HGシリーズ」
当然このHGの影響は食玩にもあらわれて、いまやこのサイズのフィギュアの精度といったら。イ○ーヨーカドー通いが続きます。次から次へと発売されるあまりにもたくさんのラインナップにコレクターたちのあいだからは「助けてくれ〜」の悲鳴もあがっている。

注12
思うんだけれど、これはあと住宅事情というのも考えられるのではないだろうか。狭い部屋だとおもちゃはけっこうバカにならないくらいの場所を取る。ひとつふたつだったらまだいいが2ケタ単位になってきたらよっぽどハラくくっていかないと、アッという間にえらいことになる。まあ専用の広い倉庫でもあれば話は別だがそんな人は北原照久氏くらいだろう。

注13／特撮ヒーローなどが出るCM
アトム、鉄人28号、ウルトラマン、ブースカ、仮面ライダー、009、デビルマンなど挙げだしたらキリが

ンダイから出た「超合金魂」（５８００円）である。

企画開発にあたったのはバンダイの第一玩具事業部の野中(のなか)氏ををはじめとするグループだが、もちろん野中氏は自他ともに認めるほどの超合金フリーク。それがいまこうして超合金復活が実現するということは、子供の時にソレで育った世代が、プロジェクトの決定権を持ち、実際に動かせるようになってきたことの証拠である。

これはいまの「おたくムーブメント」の基本だ。特撮ヒーローなどが出るＣＭ（注13）もすべてこの法則があてはまるのだ。つくり手も受けても総おたく化時代を迎えている。

「超合金」の話に戻るが、実はこの前にブームとして「超合金」が異常な高値を呼ぶという動きが96年くらいからあった。これは完全に業者の側から「仕掛けた」現象であるが、そんなことはおかまいなしにドンドン値は上がり、ショップには「超合金ないっスか」という問い合わせの電話が連日殺到した（注14）。

またアジア（とくに香港）からも「超合金」は引っ張りだこで、札束かかえて外国人が根こそぎさらっていくなどといった光景を何度も目にしている。

誉れ高き「超合金魂」の第一弾はもちろん「マジンガーZ」であった。もうこれ以外には考えられない人選（この場合はロボ選か）だが、結果は予想通り発売と同時にスグになくなってしまい、無念のまま年を越したおたくもたくさんいたのではないだろうか。この現象はテレビニュースなどでも頻繁に取り上げられた。「たまごっち」といい、たかがおもちゃの発売にこれほど反応するとは、おもしろい世の中になってきたものだ。

今後の「超合金魂」

さて、異常とも思える「超合金」のフィーバーぶりであるが、97年の10月ぐらいを境に、

ない。ひと昔前だったらプレゼン出す以前に企画会議でこんなの提案したら部長にどつかれて終わりだったけどね。

注14
いまの30才以上のコレクターや業者と話していていちばんおもしろいのはほぼ全員が「自分たちが集めていた時は超合金なんか捨て値で売っていたよ」と必ず言うこと。みんなよっぽど悔しいんだろうねえ。一期の「マジンガーZ」が１００万なんて誰も想像できなかったし。

多くのおたくの涙を絞った「超合金魂マジンガーZ」

バブル的な価格高騰はいちおう収まったようだ。実はこの時期はアジアの通貨危機といみじくも一致する。だからといって即、それが原因と短絡的に結びつけることはできないが、しかしもともとつくられたブームであったがゆえに、下がる時もそんなもんである。

だがまだまだ市場では高値は続いており、一度上がったものはそんなに簡単に暴落することはない。

「超合金魂」も第二弾やブラックバージョンの発売が決定していて、おたくたちは依然として目が離せない状況ではある。また「超合金魂」の成功のおかげで、他社も、自分たちの過去のラインナップを復刻しはじめたというのも「超合金魂」の大きな功績として記憶にとどめておきたい。

今後の課題としては、普通に考えるならば「マジンガーZ」より売れるものはないゆえ、尻すぼみとならぬようどのようにしてファンの心を引き付けていくかにかかっているであろう。ここに版権商売の難しさがある。

「懐かしおもちゃ」をブームで終わらせないためには？

ここまでの総論としてはすべてが「復刻」(注15) というキーワードから話が始まっていることに気がつくだろう。そう、おもちゃにおけるヒット商品は、ポケモンなどの少数を例外としてほとんどが復刻なのである。

完全復刻か新たにリメイクするかの違いこそあれ、一度大人になる時に捨てたものをいま再び人々は拾い集めているのだ。

98年は「懐かしおもちゃ」が走っている。フィギュアブームを包含するカタチでおもちゃブームとなり、そしていまその主役は「懐かしおもちゃ」なのだ。

骨董(こっとう)を扱う業者の間でも、いままでは見向きもされなかったおもちゃの数がどんどん増えている。蚤(のみ)の市(いち)などでもずいぶんと見かけ

注15／「復刻」　と、これを書いているいまも復刻ラッシュは止まらない。もちろんオリジナルをつくることは容易ではないが、しかしある程度すべて出しつくしてしまった後にペンペン草も残らないといった状況だけは避けたいものだ。メーカーの努力に期待したい。

るようになってきた。とくに絶版プラモデルの価格はすごい。キャラクターもの、「鉄人」「ウルトラ怪獣」などは平気で数百万円の価格をつけているから（もちろん未組み立て）、こうなってしまうともう素人では手がでない状況だ。

一般的にいって「ブームはもって二年」という見方があるが、もしこれが当てはまるならば、おもちゃブームは98年をもって終わってしまうことになる。それを防ぐためには「懐かしおもちゃ」を現在の「骨董」の地位（注16）に引き上げてあげることが必要である。

つまり「おもちゃ」にそれ相応の社会的価値を与えてあげるのだ。そうすればそれに大枚をつぎ込む行為もさほど変わったものとは思われなくなるし、人が大金を使うには、それが世の中できちんと認められているという、保証のようなものがいるのだ。

それなくしてはいつまでもおたく社会の中だけでおもちゃブームは完結してしまい、「おもちゃバブル」も今年限りであると残念ながら予想せざるをえないだろう。

注16／「骨董」の地位
そういえばここのところの骨董市ではずいぶんとおもちゃが出ているようである。以前なら骨董業者は誰も見向きもしなかったけれど、さすがにここ数年の熱いブームによって見逃しはできなくなってきたようだ。

第十講【コスプレ史】

【講師】…みのうら

「ふるさと求めて花いちもんめ」

【講師略歴】みのうら
中学生からサークル参加、高校生からコスプレ開始のコミケット十数年選手は今年で28歳。サークル参加者の苦い涙も、一般参加者の灼熱・極寒地獄も、千葉県教育委員会の迫害も経験済み。女の中の男（ジャンル）オタクとしてコウモリのように扱われているが、ちゃんとやおいもパロも大好きなんです。勘弁してください。

【この講義の読み方】学長・岡田斗司夫

▼世間の人がオタクを語るとき、かならず持ち出すのが「コスプレ」だ。トゥナイトIIでコミケやコスプレダンパの映像が流れるとき、かならず一緒に放映されるのがコスプレイヤーへのインタビュー。みんな、判で押したように「キャラクターが好きだから」と答えている。これを見た視聴者は、「ああ、やっぱりオタクって人たちはアニメやゲームのキャラが好きで好きでしょうがないんだな」と既存概念をそのままなぞって安心するシカケだ。▼これがウソだということを知ってる人が、果たして何人いるんだろうか？　新人のアイドルが「デビューのキッカケは、勝手に弟がオーディションに応募して」とか「友達の面接についてったら偶然」とかと同じ、もうタテマエまるだしの返答なのである。▼では真実はどこにあるのか？▼そこにお応えするのが本講義である。彼らがコスプレをする理由、コスプレイヤーの現状、その歴史的背景と、いままで誰も言語化しなかった世界からのレポートなのだ。

谷口敬『フリップ・フロップ』（久保書店、1985）

コミケの花いちもんめ──閉じた世界の祭典（70年代後半〜）

コスチュームプレイ、コスプレ（注1）とは何か。

アニメやマンガ、小説のキャラクターのコスチュームを着ること、と答えれば、そこそこ正解だろう。

では、コスチュームを着て何をするのか。そこまで問われたとき、私は自分がコスプレを始めた頃の、ある遊びを思い出す。

注1／コスプレ
その発生についてはすでにあちこちで書かれており、ルーツについても様々に言及されているのでここでは特に説明しない。運動会の仮装行列にだってその源流を求めようと思えば求められるし。

あなたがもし、古参のコミケット参加者なら、覚えておられるだろうか。あの晴海の、国際見本市会場でコスプレイヤーたちが繰り広げていた「花いちもんめ」を。

もう少し若い方なら、やはり晴海で、自由惑星同盟軍（注2）のコスプレ集団が「くたばれカイザー！」とベレーを投げ上げていた姿を。

どちらも現在の、有明に移ってからのコミケットで見ることはできない。コミケット準備会は現在、コスプレイヤーによるすべてのアトラクションを禁止しているからである。

コスプレイヤーの花いちもんめは、誰が始めるでもなく、いくつものグループが発生し、毎回のように行なわれた。一度に大量のコスプレイ

注2／自由惑星同盟軍
田中芳樹の小説『銀河英雄伝説』に登場する軍隊。時期的にはイレギュラーズか。アニメ化やそれに伴う制服の市販により、コスプレが増えた。集合写真を撮った後、全員で「くたばれカイザー！」と叫びながらベレー帽を投げ上げる姿は壮観で、固定見物客も多かった。が、人数増加が混雑原因となり、禁止される。

ヤーを見物できるため、自然とギャラリーも発生する。交通渋滞を主な理由に準備会が禁止するまで、なぜこの「子供のお遊び」が支持されたのか。

花いちもんめのゲームシステムは以下の通り。

（1）2チームに分かれ、相手チームの中から欲しい相手を選ぶ。
（2）「＊＊さんが欲しい」「＊＊さんが欲しい」と双方が宣言の後ジャンケンを行なう。
（3）勝った方は、負けたチームから2で宣言した相手を仲間に入れ、2に戻る。

さて重要なのは「＊＊さんが欲しい」の部分だ。

「＊＊さん」はコスプレイヤーによって「島村（しまむら）ジョーが欲しい」「古代（こだい）くんが欲しい」「メーテルが欲しい」となる。

名前が呼ばれたこの瞬間、コスプレイヤーはただの鈴木一郎さんや佐藤花子さんである自分から離れ、愛しているキャラクター（注3）として存在できる。大勢の仲間に囲まれて、中央でジャンケンをする時、彼ら彼女らは、そのキャラクターと同化する。

注3／愛しているキャラクター
宇宙戦艦ヤマトをはじめとする松本零士系、サイボーグ009の石森章太郎（現・石ノ森章太郎）、海のトリトンや巨大ロボットものアニメ系が多かった。制服系のキャラクターは古今東西愛好される傾向にある。東映戦隊もの（変身前）も番組中定期的にしか服が替わらないため、コスプレ化されやすかった。

またジャンケンをするキャラクターの組み合わせが絶妙、珍妙であればあるほど（コスプレさえしていれば誰でも参加できたから、同じアニメやマンガのキャラクターがそろう方が珍しい）、ギャラリーもプレイヤーも熱狂し、コスプレ花いちもんめは終わらない無限ループに突入しやがるのだ。

花いちもんめは特に目立った行為であるが、かごめかごめをする奴（これもキャラクターを指名する遊びだ）、主題歌を熱唱する集団、名場面を再現するとしていきなり寸劇（注4）を始める奴らがいた。閉じた世界で、閉じているからこそ完結できる楽しいごっこ遊び。

その頃コミケットは参加人数も少なく（注5）、何事においてもおおらかな時代だった。同人誌即売会であると同時に、お祭りだった。

『キャプテン翼』から──コスプレ層の拡大（85年〜）

Tシャツを改造したり、ユニフォームショップに注文したりするだけ。簡単にコスプレできるマンガが爆発的な人気を得た。『キャプテン翼』（注6）である。

豊かな肉体を半袖短パンに押し込んでゆさゆさ歩く、破壊（ナニを

注4／寸劇
当時、少女漫画を舞台化する小劇団がいくつかあり、そのあたりからの影響かもしれない。

注5／参加人数も少なく
80年代前半のコミケは数千サークル、来場者3万人程度。現在の企業主催中規模イベントの規模を想像していただきたい。ただしサークル参加者も一度入場した客も、会場内に長く留まるため、そこそこの盛況ぶりだった。新しいジャンルを開拓したり、知らない者同士で話が盛り上がったりするので、誰もなかなか帰れないのだ。

注6／『キャプテン翼』
高橋陽一原作、後にアニメ化され、小学生から大きい女の子にまで大人気のサッカー漫画。コピーでほそぼそと作る時代から、オフセットで大量に作る時代への過渡期で、同人誌が大量発生。ブーム後期には「原作を読んだことがない」ファンも時々いた。

だ？）力に満ちた女性コスプレイヤーが大量発生。「誰にでもできるコスプレ」意識が、不本意ながら（誰にだ？）浸透してしまった。「コスプレなんて……」と後込みしていた層が、一気になだれ込んで来た。

完全に衣装を揃えなくても、はちまきや既製品の帽子といった、ちょっとしたアイテム（注7）を身に付けるだけで、自分の好きなキャラクターをアピールできる気軽さもあった。帽子や鞄にラミバッチをじゃらじゃら付けて練り歩く姿もこの頃から発生した。

とにかく『キャプテン翼』の勢いは激しかった。

ファンが多いからコスプレ層も多い。みんながしてるんだから、自分もしたい。やってみたら思ったより簡単。70年代後半からのロリコンブーム（注8）で増えた男性層を、一瞬にして押しやる勢いで、女性参加者は増え、女性コスプレイヤーは増えていった。

また『キャプテン翼』ブームは女性同人誌の傾向を一気にやおい化させ、オタク世界の男女棲み分けを強烈に促進した。

キャラクター同士の結婚式（注9）が、コミケット会場で頻繁に見られるようになる。やおい関係にあるキャラのコスプレをした二人が、ブーケを手にベールを着けて永遠の愛を誓い合う。キスもする（時もある）。……今思い出すと相当痛いアトラクションではある。もちろんカップル

注7／ちょっとしたアイテム

漫画のキャラクターが有名スポーツメーカー（アディダスやプーマ）の製品を身につけていたので、同じものを買うことができた。スパイクシューズで走り回って他人の足を踏みつける、本物のサッカーボール、フェルト地のぬいぐるみボールを会場内で蹴飛ばすなど逸脱した行為が目立った。ボール持ち込み、スパイク禁止など今もコスプレ注意事項にその痕跡を残す。Tシャツにキャラクターの顔を書き込める染色ペンが発売され、手作りTシャツが売られた。あまり体重の（中略）顔がだれだかわからなくなってしまうので着る相手を選ぶ。

注8／ロリコンブーム

ビッグマイナー吾妻ひでおで有名なロリコンブームは、クオリティの高い絵、濃度の高い楽屋オチ、コアな趣味と異常なまでの内輪な盛り上がりのうちに過ぎて行ったが、とうとうビッグメジャーを生み出すことなく去っていった（と思う）。当時抱えていた問題（クオリティと生産性など）は、現在の美少女マンガ業界にそのまま継承されているような。ロリコン男はオタク女に受けが悪かった。

注9／キャラクター同士の結婚式

ウエディングドレス引きずって、ライスシャワー、ブーケ投げ、「てんとう虫のサンバ」斉唱を通路の真ん中でやるから嫌われるのである。もちろん通路の両端では同人誌即売会の真っ最中である。

も参列者も女ばっかりである。すごく痛い。

集団コスプレの発生（86年〜）

アニメやマンガのキャラクターは、主人公とヒロインだけではない。たくさんの脇役がいるから主人公が引き立つように、コスプレもメインキャラクターだけでは世界が形成しにくい。

現地（コミケット会場）で、いるかどうかも定かでない同じジャンルのキャラクターを探すよりも、友人を集めて人数を稼いだ方が効率がいい。また制服もの（ヤマト乗組員やパトレイバーの第二小隊、黄金聖闘士や光ＧＥＮＪＩ）は、コスプレイヤーによって素材の解釈が違う。不揃いな出来で揃えるよりも、一気に作った方が質は揃うしコストも下がる。見た目もいい。ワッペンやバッチのような揃いのアイテムは、いっそ専門業者（注10）に発注してしまえばいい。数さえあれば自作するより安くあがる。

友人が揃わなければそれこそ現地で調達し、コスプレ仲間として次回のコミケットで同じジャンルのコスプレをすればいいのだ。

ガレージキットのスキルを持つ男性層と、服飾系のスキルを持つ女性

注10／専門業者
ワッペンや金属製のバッチをオリジナルで作ってくれる業者は現在でもたくさんある。親戚のおじさんが業者だったら、細かな指示を出して、好きなように作れる。現在多々あるコスプレ業者はそれが商売なので、コストや価格の問題、解釈の違いから自分の想像するアイテムと違うものになってしまう。もちろんオーダーだから採算は度外視できる。余ったら自分のサークルで売ればいい。

層が協力し、今までにないクオリティのコスプレ集団（注11）を形成したこともあった。相乗効果で、コスプレの質が飛躍的に高くなった。やおいの時代に突入し、女性向けと男性向けのジャンルが明確になりつつあったこの頃、男女が仲良くオタク趣味に耽るのは、珍しい光景だった。

コスプレを撮影する人々——交通渋滞の発生（86年）

富士フイルムがレンズ付きフィルム「写ルンです」を発売したのが86年の7月。平和島は東京流通センター（ＴＲＣ）で行なわれたコミケットで、この簡易カメラはブレイクした。

コミケットは日本で一番大きい同人誌即売会であるから、全国から友人知人同窓生が集合する。地方からの参加者は首都圏観光も兼ねている。ちょっと余ったフィルムにコスプレを数枚、最初からコスプレ撮影を目的に、コスプレ仲間との記念撮影に。「写ルンです」は活躍した。

コスプレを、コスプレイヤー同士、もしくは友人が撮影するだけ、という時代はおそらく、この気軽なレンズ付きフィルムの出現によって幕を下ろした。

コスプレ写真が焼かれる枚数は劇的に増え、それに伴って「コスプレ」

注11／コスプレ集団
最近ではインターネットで特定のコスプレ集団を名乗るコスプレサークル（コスプレをする人の意。コミケットで同人誌を売る参加者単位のサークルとは別）が存在するが、当時は同じジャンルで偶然知り合った同士、単なる友達同士を巻き込んだ、不定型で一時的な集団だった。ＴＲＣ時代では『ファイブスター物語』を数十人でやったグループ、『孔雀王』を十数人でやったグループがいて、えらい目立った。
コスプレ集団が形成されるのと逆に、同人誌には個人サークルの増加が目立った。

に触れる人々が増えてくる。
　コスプレ写真は気軽な記念写真であると同時に、第三者に見られる情報媒体になった。パンチラ写真のようなエロ写真の撮影、雑誌投稿を目的にした撮影者が増え、撮影される側にも自衛意識が出てくる。コスプレイヤーの許可なく撮影したカメラマンが、コスプレイヤーによってフィルムを取り上げられる事件が頻繁に発生した。
　コスプレと撮影によって発生する交通渋滞は、とうに無視できない状態にまで悪化していた。一般参加者の列は地平線の彼方まで延び、会場の限界を超えている。会場内はまともに歩けないほど混雑する。
　警備の面から見ても、どこで集団を作るかわからないコスプレイヤーとその行動は規制しなければならない。ふだん抑圧された生活を送っているオタクは解放時、テンション(注12)の上がり具合が尋常ではない。混雑した階段の途中だろうが、消火器の前だろうが、あっという間に立ち止まり、人の流れを止めてしまう。大事故が起きるのも時間の問題だった。
　準備会はコスプレイヤー撮影のための場所を特別に作り、またそこでのアトラクションを禁止した。キャラクターを演じる集団での遊びは、すべて厳禁となった。
　残された行為は、写真撮影のみ。

注12／テンション
　それまで自分を孤独だと思っていたオタクが、「なんだ、こんなにオタクな話題してもいい世界があるんじゃないか！ボクだけじゃないんだ」と羽目を外すのはいいが、コミケ会場から出たら勘弁して。いや、会場内でも勘弁してくれないと、せっかくできた友達をその場でロスト。通信のオフ会や、オタク系イベントの帰り、最近では秋葉原の街中で、「人としての何か」を失ってしまった気の毒な人を見かける。誰か止めてやれ（自分ではイヤ）。

コスプレは「キャラクターを演じる遊び」から「撮影されるもの」に変化していく。

TRC以降のコミケットで、大々的に花いちもんめが行なわれることはなくなった（陰でこっそり？　やる集団はあった。それがまた問題になる）。TRCでのコミケットは、元々アニメやマンガが中心だったコミケットの中に、ゲームジャンルが散見され始めた時期でもある。『ドラゴンクエスト3』や『ファイナルファンタジー3』のコスプレ。それは特定のキャラクターを意味しない。

人気RPGに職業（ジョブシステム）の概念が取り入れられた。あるキャラクターを演じるのではなく、「戦士という職業の俺」「白魔導士の私」の感覚はよりプレイヤーをゲームに引き込む。主語がキャラクターではなく自分になるのだ。

それまでにも鉄道職員や自衛隊員、警察官、消防士など、制服職業（注13）のコスプレはあった（現在は禁止。ときどき本物がいる）が、それとは意味が違う。

それまでの「キャラクター表現としてのコスプレ」ではなく、「自己表現としてのコスプレ」が生まれる前兆だったのかもしれない。

注13／制服職業のコスプレ
警察官、消防官、警備員などのコスプレは禁止されている。「機動警察パトレイバー」の流行時に、階級章を販売していたあるコスプレショップは、法律に触れないよう、でもそれらしく見えるよう苦心していた。本物の自衛官が制服着て『沈黙の艦隊』のコスプレだ、と言い張る分には問題ない（はず）。

コスプレイヤーVS同人誌サークル――敵対感の生起（87年〜）

コスプレが「イベントの華」としておおらかに受け入れられていた時期は、そう長くはない。問題は一部コスプレイヤーの意識の低さから発生した。

コスプレのまま会場外をうろついて警察から注意を受ける。ただでさえ数の少ないトイレ内で長時間の着替え。サークルブース内や柱の陰、ときには通路で堂々と、大荷物を広げて着替え始めるコスプレイヤーは、準備会がどんなに注意しても後を絶たない。

ヘアスプレーをあたり構わず吹き散らし、混雑した会場内でいきなり撮影会を始め、集団で大声を上げ、駆け回り、はしゃぎ回る悪質なコスプレイヤーが、コスプレ人口増加（注14）に比例する以上のスピードで増殖した。

自らの領域が侵されるとき、オタクは厳しい。同人誌即売会としてのコミケットを求める参加者は一様に厳しい調子でコスプレイヤーを非難した。準備会もコスプレに対する規制を強くする。

コミケット以外の企業主催同人誌即売会では、コスプレを一切禁止にするイベントが増えてきた。

注14／コスプレ人口増加

コミケット参加者数の一定のパーセンテージから上には広がっていないと思われるが、そうすると、参加者数が激増するのと同じ勢いでコスプレイヤーも増えることに。急激な人口増加は、先人の知恵を伝える時間を与えてくれない。それは同人誌を売買している参加者達も同じである。コスプレはコミケット全体の鏡だ。コスプレが荒れているときは、どこか同人誌も荒れているのである。

宮崎事件の余波（注15）もある。オタク世界そのものが迫害された。一般人からもひと目で判る、理解しやすいオタクの異常行動としてコスプレはとらえられた。

目に付く、目立つ、特化された奇妙さを、マスコミがおもしろおかしく取り上げる。インタビューを受けたコスプレイヤーのとんちんかんな受け答えが報道され、コスプレをしない層から激しく嫌悪される。オタクのイメージが地に墜ちると同時に、オタク内でコスプレイメージも地に墜ちた。

ゲームはコスプレを救ったか（90年〜）

『ストリートファイターII』（注16）から始まった格闘ゲームのブレイクで、コスプレは息を吹き返す。格闘ゲームが一般人にも受けたのか、オタク層を広げただけなのかは解釈によって異なるが、とにかく宮崎事件で漂っていた暗いムードは完全にかき消された。

既製服にちょっとした改造を加えるだけでできる格闘ゲームのコスプレは流行った。『キャプテン翼』時と同じ現象だ。

コスプレ制作を請け負う業者（注17）が多数現われ、技術がなくても金

注15／宮崎事件の余波
大は幕張メッセの使用を断られたことから、小は「さいきんうちのおかんが俺の部屋勝手に調べよんねん」まで。大きな事件より、マスコミの報道を鵜呑みにして「いいかげんアニメやマンガは卒業しなさい！」とオタクを迫害する家族や隣近所の視線「世間さま」との確執が、オタクの繊細な心に大きな傷を残した。

注16／『ストリートファイターII』
やはり春麗。春麗の佃煮が作れるくらい沢山いた。セガの『バーチャファイター』、『ラストブロンクス』『ファイティングバイパーズ』も多いが、やはり最大手ジャンルはSNKの『キングオブファイターズ』になるだろう。「ゲームをやったことがない」コスプレイヤーも時々いる。

注17／コスプレ制作を請け負う業者
有名業者の場合は3万円程度から。布地やデザインなど相談に応じてくれるが、当然吊しよりもオーダーは高価。きちんとした服として作ってくれるので、服としての機能は高い。布地によっては洗濯も可能。が、実際には存在しない、絵に描いた餅を立体に起こすのだから服としての機能が優先されば見た目が落ちる。自作派は、存在するはずのない布の流れを作るために、両面テープや瞬間接着剤、時にはその場で服に縫いつけるが、「服」を作ってきた善良な業者に、その刹那主義が理解できるわけはない。未完成品を売るのは商業倫理に反するだろう。業者の製品に手を加えるコスプレイヤーも多い。
制服ものの吊し衣装業者の反応は早い。コスプレイメクラの普及に従い、だんだん早くなってきたような。需要が安定すると、供給も安定してくるのはレンタルビデオで儲ける映像業界的。でもXLサイズの制服作るのはやめてください。そんな巨大なアヤナミはいません。

さえあればそれなりのコスプレができるようになったこと、コスプレダンパのように、同人誌と関係なくてもコスプレできる場所ができたことも人口増加に拍車をかけた。

しかし格闘ゲームの流行からコスプレを始めた層は、オタクやコスプレが迫害されていた時代を知らない。同人誌以外の場所、ゲーム雑誌やコスプレダンパから流れてきたコスプレイヤーのマナーは悪化する。冬の時代にコスプレを守ってきた、コスプレお茶会やダンパ（注18）の自由さが仇になった。

モデルになるほどの努力や才能、容姿を持たなくても簡単に「誰かに撮影される喜び」を得られるコスプレ。手っ取り早く人気を得るために、人気のあるキャラクターのコスチュームであれば、そのキャラが好きか否かに関わらずコスプレをする。知らないキャラクターでも構わない。より露出度の高い服、エロいポーズを取るなどして自ら写真投稿誌に載ろうとする者もいた。

コスプレがまた、マスコミに悪い形で流れる。コスプレアイドル（モデル?）がデビュー（?）したの、コスプレ風俗が大人気だの。コミケットを「エッチな写真を撮れる場所」として来場する撮影者が増える。

女性層は未だやおいの中にあり、男性層もセーラームーン人気以来復

注18／コスプレお茶会やダンパ
せっかく作った衣装を1回しか着られないのは寂しいから、公民館やパーティールームを借り切ってのコスプレお茶会、クリスマス会が催されるようになった。小学校のお楽しみ会的なお茶とお菓子を持ち寄ってビデオ上映やクイズ、フルーツバスケット（＊＊のコスプレしてる人！）のかわいらしいものから、クラブ借り切り、アニソン流しっぱなしのコスプレダンパまで様々。六本木ベルファーレ貸し切りのコスプレダンパは有名。

活した美少女エロマンガブーム。男女二分化は進むだけ。

　コスプレサークル内では、コスプレナンパがあり、男女の交流を求めて新規参入を試みる者が出る。下心とマナーを共存させるのは難しい。

　世間から迫害されていた時期でさえ減る傾向を見せなかった、コミケットの参加サークル数はとうに限界。同人誌市場も過去のようにコミュニケーションを求める祭りとしての側面よりも、「売る・買う・読む」の「市場」としての性格を濃くしている。

　より早く、より多くの本を見て回る必要性が発生しているところに、「売らない・買わない・知らない」のコスプレイヤーがいれば、関係が悪化するのも無理はない。コミケットは本来「同人誌即売会」なのだ。

　ゲーム誌を中心に特集が組まれ、コスプレ専門誌（注19）が発売される。

　そして自分や自分のグループが目立つためには、他のグループを蹴落とさなければならない。コスプレサークル同士に対立が生まれ、撮影中に石を投げられた、衣装を盗まれた、足をひっかけられた、とひどいときには会場内で喧嘩（けんか）をしている姿も見られた。不思議なことに、この現象はそのジャンルが流行する最初のコミケットでは発生しにくい。

　コスプレの撮影方法に「集合写真」がある。ある特定ジャンルのコスプレイヤーが時間を決めて集まり、全員で、同じキャラクター同士で、

注19／コスプレ専門誌
「それっぽい衣装を着たお姉ちゃんが次のページで脱ぐ」ものから、「コスプレイヤーの写真投稿誌」的なもの、業者や手芸屋の紹介、コスプレのマナーやアイテム作成ハウツー系まで千差万別。突発雑誌がほとんどで、書籍コードか増刊枠ではないだろうか？
　投稿だけでなくプロの撮った写真もあるが……もうちょっとメイクで吹き出物とか隠せばいいのに。それともそれが素人っぽくていいのか？　ハウツー系は溶剤の取り扱い注意が甘い。これだったらMAX渡辺の「プラモ大好き！」でも読んだ方がよっぽど安全で役に立つ。
　露出の高い女子が採用されるからエロ雑誌っぽい表紙、「コミケットはコスプレに厳しすぎ」「もっとコスプレイヤーに理解を」などコスプレイヤーの本末転倒な発言が、同人誌組に嫌われる元となる。

集団写真を撮るのだ。集団があれば撮影者も増え、いつまでも解散しない集団ができる。それを解消するために、準備会スタッフや、その場にいる仕切り好きが「はーい、あと10秒です。9、8、7……ゼロ！」と声をかけ、無理矢理解散させることをカウントダウン（注20）と呼ぶ。

これがなぜか、2回目以降はあまり発生しない。同じゲームの、アニメのコスプレをしながら、隣りをちらちらと気にしつつ、決して声はかけない。それを眺めながら色々邪推するのが楽しいなんて、ことはない。きっと。

コミケット外でのコスプレ

コミケット以外のイベントでもコスプレは行なわれている。企業主催のイベント、ガレージキット即売会、オンリーイベント（注21）など。ここでも問題は当然発生している。

ある企業主催のイベントでは、コスプレに力を入れている。イベントが開場する前に並んでいる客の9割はコスプレイヤー、それも本を売買しない客だ。そのイベントではほとんど本が売れない。同人誌即売会としては死に体だ。

ガレージキット即売会では、コスプレの統制がコミケットほど進んで

注20／カウントダウン
人を集めてカウントダウンを行ないたいがために、「写真撮らせてください」と言われてから長々と化粧を直したり、友達を呼び集めたり、時間稼ぎを行なうコスプレイヤーもいる。そういうのに限って（以下略）。

注21／オンリーイベント
特定のジャンル、キャラクター、カップリングなどの本を作っているサークルを集めて開かれるイベント。毎週のようにどこかで行われている。「ロミオの青い空オンリーイベント」のように番組名を冠したものから、「庵&京オンリー」「カイン受けオンリー」のようにやおいなもの、「幽白&るろうに剣心オンリー」のようにどこがオンリーなんだよ！　とつっこみたくなるものまで多彩。サークル数は20〜300くらいまで。

いない。エヴァンゲリオン人気以来、売買と関係ないコスプレイヤーが現われ、不評だ。原因はコミケットと同じ。販売ブースの前、通路の真ん中を問わずポーズを取る。コスプレ取材に来たマスコミもマナーが悪い。場内に「通路でコスプレ撮影をしないでください」とアナウンスが流れたとき、期せずして拍手が巻きおこったほどだ。更衣室やコスプレ撮影ブースを設けるといったコミケット的対応（注22）をするようになったのは、ここ1年ほどである。

ガレージキットならではの高い技術を、惜しみなく投入した究極のコスプレがある一方、「若いだけ」「女なだけ」「背が高いだけ」が売りなのか？　とつっ込みたくなるほど低レベルなコスプレが共存していて興味深い。

素人の主催で集客数が見えないオンリーイベント（ジャンルを制限した小規模の同人誌即売会やお茶会）では、客寄せにコスプレをＯＫしたい。しかしそれをやるとコスプレ目的のカメラ小僧、マナーの低いコスプレイヤーが押し寄せ、本の売買に支障を来たすおそれがある。「おれが参加すれば有名コスプレイヤー集めてやれるから、客が来る。金を出せ」とねじ込む悪質なコスプレゴロ（注23）もいる。

注22／コミケット的対応
主催者が企業であってもひどいところはひどいという噂。更衣室を用意していないと、同じビル内で行なっているほかのイベントにまで迷惑がかかるので注意が必要。最低でも更衣室が用意されていない場所ではコスプレすべきではない。トイレで着替えるなど問題外。コミケット準備会の対応が、常時最高レベルに達しているのは間違いない。気の毒に。

注23／コスプレゴロ
他にも法外な値段で自作のコスプレを売りつける、コスプレの制作を請け負っておきながらトンズラする、コスプレイヤーに付きまとって離れない（どこまでだよ！）など、コスプレ系の被害は増えているらしい。企業主催イベントのパンフレットで注意が呼びかけられたことも。コスプレブーム最盛期には、露出の多いキャラのコスプレイヤーを集められるとしたゴロに、実際に金が支払われていたのだろう、という噂。本人らはよかれと思ってしているのかも。だとしたらなおさらたちが悪い。
最近ではカメラゴロ。コスプレじゃない女性の胸元を強引に撮影したり、パンチラ写真を収集してたり。コスプレパンチラってすでにジャンルなのか？

ふるさと求めて花いちもんめ（97年〜？）

95年12月、晴海で行なわれた最後のコミケットでは、更衣室に入るための行列が、南館から東館の彼方まで続いた。

コミケットの更衣室（注24）とは、本来荷物置き場ではない。盗難や衣装の破損がないよう、荷物は手元に置くよう準備会から注意されている。しかし更衣室にレジャーシートを持ち込み、昼食や仮眠を取るコスプレイヤー、コスプレのふりをして更衣室を荷物置き場に使用する一般参加者などの間に、軽いトラブルが絶えなかった。

この回、コスプレは爆発的に増加した。女子更衣室では、置き去りにされた荷物が比喩でなく床を埋め尽くし、着替えのために自分の荷物を、積み上げられた荷物の山から発掘しなければならないほどだった。

誰もが「次回はもっとヤバかろうな」と思ったに違いない。

有明の東京国際展示場に移ったとたん、問題は表面化した。

女子更衣室でではない。交通が麻痺（まひ）した。

ホールが東西2館に分かれた展示場で、通路でもある広場に、コスプレとそれを撮影するカメラマンがあふれ出し通行を遮断したのだ。

「私を見て」とばかりに溢れ出したコスプレイヤーは、撮影されるのが目

注24／コミケットの更衣室

こんなに面白いところは他になし。さっさと着替えられる（一応服の形をしているため）業者依頼派に比べ、自作派の着付けはものすごいぞ！

何度も着ることを前提としていないので、やりたい放題だ！　体にフィットさせようと、ボタンで止めるところを直接縫いつける。ホチキスで、瞬間接着剤でとめる。制作が間に合わなくて、両面テープで裾上げをしている。Tバックのパンティを知らないのか、ハイレグ水着からはみ出したグンゼのパンツをぐいっ、と持ち上げて俺Tバック！　もっとすごいこともしてるけど、これ以上しゃべると裏切り者として処分されちゃうから勘弁な！　確認したいからって女装して入り込んじゃ（実話）ダメだよ！　女スパイが写真撮る（実話）のも禁止。

男子更衣室は近年の女装ブーム（？）で女子更衣室みたいになっちゃってるらしいぞ。

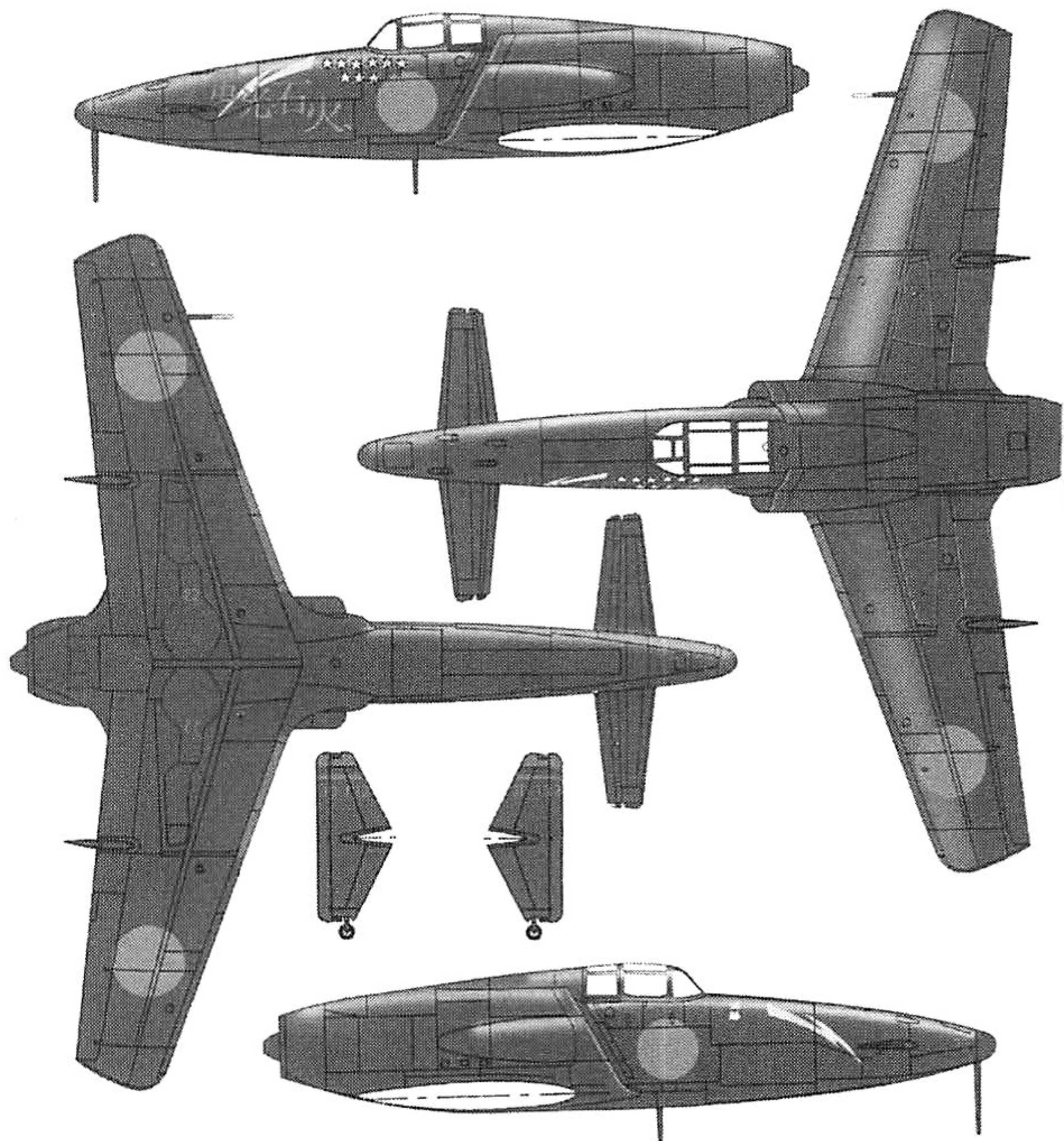
的だからそこから動かない。撮影する方もそこで撮影した方が効率がいいし、館内での撮影は禁止されている。増えるばかりで動かない袋小路に、午後から一般参加のコスプレイヤーが追加された。本を買う方も、遥か彼方に離れた東西の館を訪ねるのは、午後に集中する。
東西の間を行き来するにはその通路を通るしかなく、館をつなぐ渡り廊下は文字通り混雑で身動きがとれない状態になった。ふだんはほんの10分もあれば行き着ける場所に、牛歩状態で1時間も並ばされる。早くたどり着かなければ、お目当ての本は売り切れているかもしれない。
やっと目的地が見えてほっとすると、目の前に広がるいちめんのコスプレ。この、地獄の交通渋滞の原因が、目の前で楽しく撮影会をやっているのだ。これで怒らなければ何で怒るのか。サークル、一般参加者はもちろん、冬の時代を経験しているコスプレイヤーからも「コスプレ禁止」コールが激しくなった。
現在準備会では、コスプレイヤーを西ホール2階の一部、屋外のテラスに逃がし、難を逃れている。が、万が一雨天になれば（注25）彼らは戻ってくる。しかも、かなりのスペースがあるにも関わらず、午後にもなればコスプレイヤーと撮影者（注26）で身動きが取れない。満員電車もかくやの状況で、とてもカメラなど構えていられない。とうとう写真撮影

注25／雨天になれば
コミケット開催中は雨が降らない。過去にも大型台風がいきなり進路を変えたり、閉会宣言と同時に雨が降り出したり、あまりに好天で日射病患者が続出した次のコミケットは曇天だったりと、細かな調整が効くようになっている。原因は不明。もっと過去は土砂降りが来たこともあるので、やはり天候の調整には一定以上の人数が必要なのか。

注26／撮影者
コミケットにつながる系列のオタク文化を知らない層から流れてきたカメラゴロの撮影マナーは悪く、コスプレイヤーからも不満の声が。エロな写真撮影が目的で来ているカメラゴロに、マナーを説いて理解させることが果たしてできるのだろうか。いや心からエロを愛していればきっと……って、そりゃ犯罪だよ！

すらできない時代がやって来た。
　現在のところ、これに対する効果的な解決策は見つかっていない。コミケットでのコスプレはいつ禁止になってもおかしくないのだ。
　かと言って全面禁止にもできないのが現状だろう。もし禁止したとしても、ゲリラ的にコスプレをする者は必ずいるし、それらをすべて取り締まれる（注27）ほどの余裕は、準備会にはない。
「私を見て」「私を撮って」「私をちやほやして」の欲望渦巻く「自己表現手段としてのコスプレ」は、その過剰なまでの宣伝力で、少しずつ終結に向かっている。いつか、無秩序に膨れ上がった花いちもんめや、かごめかごめが辿ったのと同じ道（注28）を辿り始めている。
　コミケットから発生し、巨大化したコスプレ文化。コスプレ約束の地は、そのふるさとには用意されていないのかもしれない。

注27／それらをすべて取り締まれる
　コミケット会場費のほとんどは、サークル参加者の参加費による。コスプレイヤーにも会場費を負担させたい動きはあるのだが、コスプレ登録費（更衣室使用料のようなもの）をアップすれば、マナーの低いコスプレイヤーほど更衣室で着替えなくなる可能性が高い。しかし禁止して、それでもコスプレする者たちを捕まえて歩くわけにもいかず。

注28／同じ道
　キャラを愛しているコスプレイヤーだろうと、キャラの名前さえ知らないコスプレイヤーだろうと、「同人誌即売会」であるコミケットにとって、同じ「コスプレイヤー」であることを忘れてはならない。それは、コミケット参加者が、同人誌活動をしていようがコスプレしていようが、同じ「オタク」でくくられるのと同じことだ。コスプレはいつでもコミケットの鬼子たりえるのだから。

【この講義の読み方】学長・岡田斗司夫

▼物事とは、その限界一杯、ギリギリまで突き詰めたとき、本質をあらわにする。例えば誰でもが走ることは出来る。しかし百メートルを九秒台で走るスプリンターのみが知る世界はあるし、その言葉は「突き詰めずに生きている私たち」にいつも何かを教えてくれる。▼プラモデル作りはオタクに限らず、男の子なら誰もが一度はハマった趣味である。大人になった現在でも楽しんでいる人は多く、専門誌も多数発行されている。しかし、そのプラモデルで世界一を競い合い、しのぎを削っている人たちがいることを知る人は少ない。この世界にも極限を求め、ギリギリまで突き詰めて生きている戦士たちが存在するのだ。▼彼らは究極の塗装剤を探し続け、神の如き手腕で飛行機を組み立て、全世界より集まってその技を競う。▼「プラモ作り？　子供の遊びだろう」と油断することなかれ。この世界の先端は、すでにここまで達しているのだ。その「突き詰めた生き方」から、学ぶことは多い。

【講師略歴】小野あづさ（おの　あづさ）

出身…神奈川県藤沢。年齢…「紫電改のタカ」や「零戦はやと」をリアルタイムで読んだ世代。1980年に渡米、現在サンフランシスコをベースにグラフィック・デザイン会社を経営。ローカルの模型クラブI.P.M.S. Fremont "HORNETS"* のメンバーで、プラモ製作のかたわらインターネットを通じアメリカ国内のモデラーや航空史研究家と情報の交換をしている。コレクターとしては50年代～60年代の日本製キット及びアメリカ製キットを中心に集める。製作は模型ならプラモに限らず何でも作るが、好きなジャンルはレシプロ航空機。とりわけ日本海軍機の大ファンで現在欧米に残る大戦中の情報資料から日本軍機の研究をしている。日本語ホームページ「プラモのページ」を1997年3月に開設。
http://members.aol.com/a6m5/list.htm

「海外スケール・モデラー事情」

第十一講　【講師】…小野あづさ

【プラモデル論】

世界最大&超スパルタンなＩＰＭＳコンテスト

世界最大規模を誇るアメリカのＩＰＭＳ(International Plastic Modeler's Society)コンテスト、１９９７年全国大会はオハイオのコロンバスにて開かれ、盛況のうちに幕を閉じた。今年は私の住むサンフランシスコのベイエリア（サンタクララ）において7月に開催されるので今から楽しみだ。

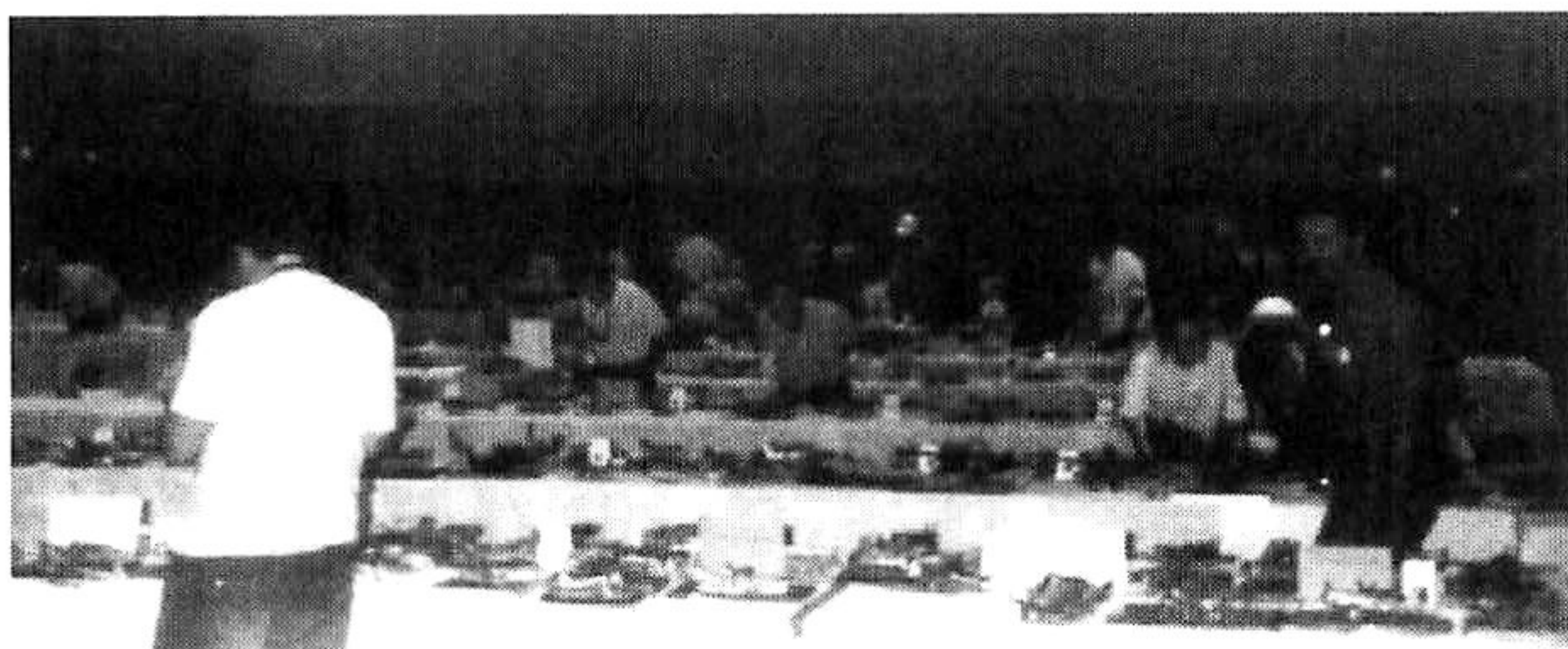
前回オハイオでのコンテストは１０００人以上のモデラーが２１７５の作品を持って参加したそうで、過去最多数と発表されている。

私の所属するクラブからも9人が会場に行ったが全員社会人、それぞれ会社から休暇を3～4日もらって行っている。この大会参加者の数字も大多数は社会人なのだから、その盛況ぶりがうかがえるというもの。レポートにも昨今の新キットのラッシュを裏切ることなく確実にプラモデルが復興しているという報告が目立ち、98年ＩＰＭＳ全国大会は昨年をさらに上回る過去最大規模となることが予想されているという。

さてこの大規模なコンテストの審査だが、一体どのように行なわれているのだろうか。

いくら公平を期そうとしても審査は難しく、コンテスト後、審査結果についての批判は付き物と言ってもよいようだ。前回も審査結果への不満がインターネット上で幾つか述べられていた。

その一つを紹介すると、１／48のMe―109だけで相当数エントリーがあり、幾つものテーブルが必要だったそうだ。審査の時、テーブル毎に（20～30機から）ベストを１機選び出し、さらにそれらの中から最終を絞ったため、個々のテーブルの技量差が考慮されなかったという批判が出ていた。

ここでちょっとＩＰＭＳコンテストの審査について説明すると、最大の特徴は多数のエントリーを審査するために減点方式をとって

ＩＰＭＳコンテスト風景

いるということ。これはあらかじめすべての作品に100点満点を与えておき、複数の審査員が個々にミスを見つけては減点してゆくのだ。ペンライトがこちらの審査員の必需品で、審査時にはこれを使ってコックピット内や脚収容内部などを覗き込むのだ。実にイヤな瞬間だがこの審査方法は言ってみればまったく褒めずに重箱の隅をつつくようなアラ探しをするわけで、これは非常にスパルタンな方法といえるだろう。実際に入選作品を見ると、非常にクリーンで繊細な手の痕跡のまったくない作品が多く、これを見るかぎり——アメリカ人は不器用だ——なんてまったくの伝説だったのを思い知らされる。

しかし、多少イマジネーションに乏しく、「守りの姿勢」がそこにあるのも否めない。この審査方式だと野心的なディテールアップも命取りになりかねない。

せっかくフルスクラッチ（注1）で追加したディテールも、多少オーバースケールだったりすると何もしていない作品に負けることになるからだ。「努力賞」などというコンセプトはなく、たとえ作品に非常に優れた部分があってもその作品のマイナス面を補うことは決してないのだ。これもアメリカのプラグマティックな一面といえるだろうか。

IPMS内部でもこの方法に対しての批判はあるのだが、現状ではこれが多くの作品を迅速に審査できる方法として依然採用されている。

本物の第二次大戦機の質感にショック

かつて日本で模型少年だった私は、三軍記念日には近くの厚木（あつぎ）基地や横須賀（よこすか）基地に出かけてはF―4やA―7、A―4といった米海軍ジェット機をじかに見ていたが、プラスチックがこれらジェット機の模型素材として最適と思われ、風防のアクリルガラスのぶ厚さや、手をふれると石のようにヒヤリと冷たい

注1／フルスクラッチ　無から完全自作すること。フルスクラッチビルト。

モノコック特有のジェット機の感触はプラモデルになったファントムにも備わっている気がしたものだ。

そして私はMe―109やF6F、零戦もこの延長線上にあると漠然と想っていた。そしてこちらで大戦機を見てその独特の質感にショックをうけ、また虜（とりこ）になってしまった。

大戦機の場合、非常に薄い外板で覆われてるが、零戦の外板に至ってはわずか0.5ミリの厚さしかなく、暗い格納庫から日のあたる外へ出された零戦は外板が日光に温められるためしばらくの間ペコ、ポコと音をたてていたそうだ。

またこの時代のプロペラ機は羽布張りの複葉機ほどではないにしろ、外からフレームがどこにあるか容易に見て取れる。「骨と皮」というとみすぼらしい表現になるが、内側から押し上げる骨格構造とそれを包もうとする外皮の両方がせめぎ合って流体力学的形態が決定されたように見えるところがあり、大戦機ファンの目には魅力的に映る。

こう書くとほとんどメカ・フェチだが、実際に応力外被構造という言葉もあり、あながちこの表現も間違いとは言えない。また概してメカに対する思い入れというものは機械を生き物として捉えてしまうことだと思うが、この解剖学的特徴は特にグロスの強い塗料に塗られた時顕著で、ハイライトがぬらぬらっとしたところは本当に有機的なものを感じてしまう（最近艦艇にも少し興味を持ち始めたのだが、駆逐艦など高速を狙った艦艇の船体にも同じたわみが見られる）。

プラモで質感をどう表現するか

この大戦機独特の外板質感表現は、模型を作る場合、一つの大きなテーマになりうると思う。

かつて日本で木製ソリッドモデルが盛んだった頃、一部超マニアの人たちによって外板

筆者制作のF―4ファントム

のたわみを彫刻し、さらにその上からリベットを打つという外板質感表現の方法論はすでに確立されていたようだ。そしてプラモが全盛だった60年代にこれをプラモに表現した大先輩たちがいた。しかしお手軽が身上のプラモデルのこと、しだいに忘れ去られていったようだ。

そしてプラモは着実に作りやすさを最優先に進化をとげ、今では高度な金型技術に裏付けされた凹パネルラインのパテのまったく要らない風洞実験用模型のような洗練されたキットが主流となりつつある。

私にとって興味深いのは、60年代をピークとしたプラモ最盛期のプラモデルが全面凸リベットや羽布部分のオーバーな表現に代表されるように、質感にかなり固執していた事実だ。

当時は第一次大戦機も人気アイテムのひとつで複葉機の羽布張り表現や帆船キットの甲板の木目、束ねたロープの表現などはメーカーも見せ場と心得て多くの名作が作られた。

私がオールドキットが好きな理由のひとつにこの彫刻的アプローチがあるが、一方、素晴しい彫刻を壊さずに作るのがほとんど不可能という、作られることを拒否しているような、そんなキットが多かった。

現在のキットは作られるための最高の素材であるといえるが、あまりに工業製品的でスジボリだけの表面を見ていると、まるで立体図面のように感じてしまう。

私は、実際に目にみえるものは、図面にないものであってもそこにあって欲しいし、存在感とはこうしたノイズであるかもしれないとも思う。ちょうどデジタルでファジーなものやノイズをすべて排除してしまったあとにやっぱりわざとノイズを入れて見たくなるような、そんな気持ちかも知れない。

現在これらは、ベストの素材を提供してくれるメーカーが作り手にゆだねている追加工作の領域だが、前記の外板のたわみ等、機種によっては顕著でパーツに表現してあっても

よいのではと私は思っている。例えば地上にあるB—52の機首側面の外板は翼の重さから独特のパターンで大きく波打ってる。これはもうB—52の証しみたいなものでこれを表現しないのは、九三式中間練習機「赤とんぼ」の翼を羽布張りリブ表現なしのツルツルで作るようなものだと私は思うのだが。

先に述べたように、模型の主題である人気機種が羽布張りの複葉機からジェット機に移り変わっていったことがプラモデルのスタイルの変遷と少なからず関係あるのかも知れない。

大戦機がリバイバルの今日この頃、将来また複葉機ブームが起きないと誰も断言はできない。そのとき、やすりがけで失われる羽布張りリブ表現なら最初から入れないほうがよいとツルツルの複葉機キットが発売されるのだろうか？　タミヤから出されたJSⅢスターリン戦車の鋳造表現のこだわりにAFVファンがちょっとうらやましくなった。

日本製モデルのツヤが解せないアメリカン・モデラー

一般にアメリカン・モデラーは派手なアクション（フィギュアなどのポーズをみても）やコントラストの強いものを好む傾向があるというのは本当だ。そして塗料のツヤについてもはっきりした好みの違いがある。

カー・モデラーはツヤ出しに極端に執着する。アクリル系床用ワックス（注2）に完成キットをどっぷり浸けたりする。また戦車、飛行機モデラーは徹底的にツヤを消さないと気が済まない。しかしキャノピーは床用ワックスを塗って磨くといった具合にツヤのコントラストも好む。

端的に日本のモデラーとの塗装のツヤに対する考えの違いを示すエピソードだが、日本製飛行機キットの箱やカタログに載っている完成写真のツヤがアメリカン・モデラーには解せないらしい。何故？　と何度も聞かれた

注2／アクリル系床用ワックス
ジョンソン・ワックスの「FUTURE」がアメリカン・モデラーの間で人気。

ことがある。
アメリカのモデラーはいまだに究極のDead mat（注3）のクリアー・コートを錬金術師のように捜し求めている。こちらのミリタリー・モデラーは色のスケール・エフェクトと同じように縮尺が小さくなればなるほどツヤがなくなるという一大原則に従っているので良質のツヤ消しを得るためには努力を惜しまない。古くなるとツヤが出てしまうテスターのマットは悩みの種だそうだが現状では瓶入りをエアブラシで吹くとベストだそうだ。
一方、日本ではたしか手軽に吹けるマットの缶スプレーはアクリルになるまで発売されなかったように思う。もちろん日本でも上級者は昔からフラットベースをクリアーに混ぜてエアブラシで吹いていたわけだが、アメリカでは缶スプレーのグロス・コートやマット・コートが人気で消費量も日本に比べ高いので品切れになるのが早い。これはマイクロ・デカールなどデカール・メーカーが独自に開発したデカールの貼り方を早くからシステム化し自社製クリア・コートとともにプロモートした経緯もあるのでことさらオーバースプレーでツヤをコントロールする方法は昔から知られている。

注3／Dead mat
デッド・マット、完全つや消し。

色とスケール・エフェクト

スケール・エフェクトという観点から考えた場合、実物の色は模型の縮尺により変化せざるを得ない。
単純にもし実機と同じ塗料を1／48スケールの模型に塗ったらどうなるか。実機よりはるかに暗く見えてしまう。その色を1／144の模型に塗ったらさらに暗くなってしまいトータルな実機の印象は失われてしまう。実物の場合、色の面積が大きいので多くの光を受け明るく見えるのだ。
同じように陰のでき方もまったく違う。縮尺の小さな模型上では光が回り込み陰をつく

りにくい。つまり大気の反射率も光源もすべて1／48スケールにしないかぎり実機と同じようには見えないのだ。

模型の縮尺と色のスケール・エフェクトについての研究は、英国の航空史研究家でモデラーでもあるイアン・ハントレー氏が雑誌スケールエアクラフトモデリング誌（1990年11月号）に興味深いデータを発表している。詳細は避けるが、原則的に遠くにあるものの色は実際の色より明るく見え、彩度（鮮やかさ）の点で落ちる、遠くにある物はどんなにケバケバしい色に塗られていてもいくばくか霞んで見えるわけだ。

縮尺率の違う模型でも鑑賞者は模型を一定の距離から眺めるので1／144の小さな模型を見るということは1／48の模型を見ている時に比べ実機をさらに遠くから眺めていることになる。

ハントレー氏は小さなカラーチップを用意し実際に野外で測定したデータをグラフに纏めている。考えてみれば画家は野外でイーゼルを立て油絵を描く際、パレット上でこれを直感的に行なうわけである。遠くにある建物は画面上に小さく描かれるが、的確に調色された色はその建物のある位置、すなわち鑑賞者との距離を表現し同時にその建物の大きさを伝えることも可能だ。多くのベテラン・モデラーが瓶からそのままのでき合いの色を使わずに自分で調色するのを薦める理由の一つがこのスケール・エフェクトだ。

説明書通りの塗装は「アメリカの塗り絵」

アメリカの塗り絵には昔から塗るべき色の番号がふってある。丁寧にクレヨンやペイントがセットになっていて番号どおり塗るだけで絵が完成するわけだ。

こちらのホビー・ショップといえばこうした塗り絵がいまだに売られているが実は子供だけの為ではないようだ。本物のキャンバスに

オイルペイントがセットされた高級版もあって、作者は完成したその絵を居間に掛け自分が描いたと自慢するのかと思うと微笑ましい。

しかし、ここまでお膳立てしてあって楽しいのか——と思う前に気が付いた。説明書にある指定の番号の塗料を買い求めモデルに塗る。プラモデルも同じだ。皆さん、せめて塗装はせいぜい蘊蓄をかたむけ自分で調色しましょう。個性的なモデルといっても、別に突拍子もないカラーを塗って個性を表現するわけではなく、模型の各部分の相対的な色のバランスといったものを注意して調色するだけで作品として光ってくるようだ。

アメリカの模型用塗料

日本で主流のラッカー系塗料だが、こちらには同種のラッカー系模型塗料がなく、フロクイルがつい最近まで鉄道模型用のラッカー塗料を発売していた。このラッカーは本物で、プラスチックに塗る場合には表面を溶かしてしまうので別売りのバリアーコートを下地に塗らなければならないという面倒なものだった。

かつて日本でレベルカラー、モノグラムカラーという塗料があったが、どちらも日本製でこちらにオリジナルがあったわけではない。こちらでずっと主流だったのはエナメル塗料で、パクトラエナメルが60年~70年代を通じて一番使われていたようだ。80年初頭発売になったテスターのスケール・マスターがその座を奪い現在に至っている。ただしここ数年の水性塗料の人気が本格派モデラーの間でも高まり、新たなブランドも次々と発売されている。近い将来エナメルの需要を追い抜くのは明らかだ。

アメリカでは水性アクリル塗料の安全性が多くのモデラーにアピールしているようで80年中頃に日本から入ってきたタミヤ、グンゼのアクリル塗料も子供用としてではなく、むしろ上級モデラーに受け入れられている。

そもそも水溶性ホビーペイントを最初に売り出したのはアメリカのPOLLYだが、最近ミリタリー用水性塗料の新シリーズを出した。テスターやパクトラもそれぞれ水性を発売しているし、モノグラムも最近プロモデラー・シリーズのキットに入れている水性ペイントを本格的に発売した。

これらアメリカ製水性ペイントはタミヤやグンゼとは違い、エナメルに似ていてドロッと重い感じで、筆塗りでもムラが出にくいという特徴がある。ただしグロスとメタリックの艶がよくないのとエアブラシで吹きづらいという弱点があった。

これらアメリカ製水性ペイントの中でつい最近、老舗POLLYが満を持して発売したミリタリー用塗料「ポリー・スケール」はなかなか画期的な水性塗料だ。今まで水性の難点だったエアブラシとの相性およびメタリックの輝きを大幅に改良し、エナメルとほぼ同じ感覚で使える水性塗料としたからだ。特にメタリックシルバーは水で薄めてもエナメルのあの輝きが得られるのだからちょっとした驚きだ。

また今までの水性ペイントでもアルコールやミネラル・ウォーターで薄めればエアブラシで吹けたのだが、今度の「ポリー・スケール」はエアブラシの場合、なんと水道の水がミネラル・ウォーターよりも良い結果が得られる（！）というありがたい塗料だ。私はこの塗料をコックピット内部等ディテール用として筆塗りで使っているが、乾きもエナメルより速く（これは気候のせいもあるが）大変重宝している。ヘアドライアを使えばさらスピードアップできる。「ポリー・スケール」はミリタリー用ペイントとしてスタンダードなＲＬＭカラーからパンツァーカラーまでカバーしており、既に１５０色以上が発売されている。

ＩＰＭＳの全国大会で何度も入賞しているわがクラブの名人ロイ・サザランド（クーパー・ディテールのオーナー）も水性ペイント派の一人で、彼はもっぱらタミヤまたはグン

ゼの日本製アクリルをエアブラシで使用しているが、その仕上がりの素晴しさは水性アクリルが決して子供用や入門者用ではないことを証明している。

「アウト・オブ・ザ・ボックス」という種目

アメリカで行なわれるプラモデルコンテストの中に通常〝OUT OF THE BOX〟というカテゴリーがある。これは市販のキットを無改造、追加工作なし〝Straight out of the box〟つまり——キットの箱に入っているパーツだけ——で競うというものだ。他のカテゴリーが方法および材料については一切自由というのに対し趣を異にしている。

普通は別の型に改造したり、翼折りたたみ機構をスーパー・ディテールで再現したりと追加工作で見せ場を作り競うのが一般的だが、このカテゴリーは奇をてらった趣向などは通用しない。基本工作だけで出来を競うのだ。

アメリカ最大規模のIPMSのコンテストルールにはこう書かれている、原則として市販のキットを使用すること。塗装はエアブラシ、缶スプレー、筆塗り、アルミホイル貼りと自由。キットに付いてくるデカールを使う必要はなく市販のデカールの使用も可。汚しなどのウェザリングも可となっている。

基本的にキットの説明書に書かれている以外の追加工作はダメとなっているが、例外としてアンテナ線、複葉機などのリギング（張り線）を許している。このカテゴリーではキットの出来に左右されるのは明らかで、結論から言って古いキットではまず勝てない。キットの出来に応じてハンディはくれないからだ。キットを選ぶ段階でコンテストは始まっていると言える。

私は個人的にこのカテゴリーが好きだ。特に上級モデラーのエントリーを見るのはまさに「目から鱗」の心境だ。無改造でここまで素晴らしいモデルができる——という証拠を

目にするのは清々しい。
やれ——エデュアルドのエッチング・パーツだ——はたまた——ケンドールのレジン・コックピット・ディテール・アップ・セットだ——と、最近のアフター・マーケット・アクセサリーの充実はめざましいが、コンテストともなればモデラーの側にも「これらパーツもひととおり使わなければイケナイ」というような強迫観念があるのではないだろうか。より多額の資金をアクセサリー・パーツなどに投じなければスタートラインにすら立てなくなっている現実に疑問も感じる。可能性が拡大しているように見えて発想の自由が狭められている気もするのだ。
モデラーたるもの、誰しもが究極の完成モデル（そんなものがあるかどうかは別として）をイメージし製作にいそしむわけだが、完成度があらかじめ金額に算出できるようではつまらない。

「上級モデラー症候群」

上級モデラーに見られる未完成病はアメリカでも多く、私の所属するクラブのメンバーも皆一度や二度はこのAMS "Advanced Modeler's Syndrome"「上級モデラー症候群」を患っている。私自身も "OUT OF THE BOX" のおかげで重症の未完成病から立ち直った経験がある。言って見れば——制約によって解放される——というアイロニーを味わったのだが、この「制約の中の自由」が実に面白い。
今ではコンテストに関係なく個人的な制約を毎回密かに設けて模型を楽しんでいる。コンテストとは関係なく自分で時間制限を設けたり、気紛れにこの "OUT OF THE BOX" ルールに従って見たりするのだ。なぜなら可能性と選択の自由を手元に引き留めて置きたいばかりに、完成を延期するメカニズムが私の中にあるのを知っているからだ。悲しいかな、私の場合、無限にある時間や資材では何

も完成しないのだ。枠があってはじめて工夫や発想が生まれるのだと思う。

ここ数年ＩＰＭＳ内でこの〝OUT OF THE BOX〟カテゴリーに対して新しい動きがあるという。私には意外だったが、本来〝OUT OF THE BOX〟は初級モデラーが気軽にエントリーできるよう考え出されたものらしく、過去入賞経験のある上級モデラーのエントリーを禁ずるというのだ。

実際にまだルール化されていないが、すでに上級モデラーの自主規制があるという。初級モデラーのためのカテゴリーで勝って「潔しとしない」というわけだ。ありとあらゆる手段を選ばない一般カテゴリーも面白いが、現実にキットを前にして修正、改造と遠大な計画と野心に押しつぶされてキットが完成しなくなっている未完成病患者にとっては、この〝OUT OF THE BOX〟、まさに砂漠のオアシスのようなものだ。

私はこの OUT OF THE BOX カテゴリーの持つ「制約」にプラモの本来の姿を発見し、新たなるプラモの発展を期待しているので、過去入賞経験者の規制がルール化しないよう願っている。

アメリカン・フェイバリット・モデリング

80年代の初めに出版された本〝How to build Diorama〟by Sheperd Paine は、今日のアメリカン・スケール・モデリングにもっとも大きな影響を与えた本といえる。

この本は厳密には Diorama ＝情景模型という模型のサブカテゴリーについて書かれたハウ・ツーものだが、技術的なノウハウにとどまらず「どう見せるか」すなわちプレゼンテーションという最終ゴールをしっかり見据えた方法論、テクニックの数々が多くのアメリカン・モデラーに影響をあたえた。とくに塗装における「スケール・エフェクト」において一つの方向性を打ち出したことは重要だ。

数多いアメリカン・プロフェッショナル・モデラーの中で誰が第一人者か？　という質問には、多数の意見の分かれるところだが、著者シェパード・ペイン氏は一般モデラーへの影響という点で、近年最もアメリカン・プラスチック・モデリングに貢献した人と言って差し支えないと思う。

彼の作品は戦車やナポレオニック・フィギュア等の歴史ジオラマが中心で、飛行機はその一部でしかない。しかし彼の作品のファンは広くジャンルにかかわらず多い。作品を製作するかたわら、モデリングについての執筆や軍事史の研究家としても知られる彼は博物館の依頼など数多くのプロジェクトを手がけている。最近ではもっぱらコントラクト・ベースでコレクター相手のフルスクラッチ・モデル（主にフィギュアを使った歴史ジオラマ）を製作しているそうでプラモ雑誌にはあまり登場しなくなった。

彼がプラモ・シーンでもっとも活躍したのは70年代のアメリカの模型雑誌（スケール・モデラー誌等）で多くのジオラマ作品を発表した。また当時モノグラムが彼をプロモーションに起用し、同社製品を使用した彼のジオラマ作品写真と解説の載った小冊子「ジオラマの作り方」をキットに入れていたのを記憶している方も多いと思う。

市販のプラモデルを仕上げる際にどういうスタイルのフィニッシュにするかを決めるのは楽しみの一つである。飛行機のスケールモデルに限っても様々なスタイルがあり必ずしもリアリズム追求ばかりが模型の楽しみではない。ピカピカに磨き上げてデスクトップ・モデル風に仕上げるのも一興で、私も最近は時々日本伝統の筆塗りツヤあり仕上げ（?）で楽しんでいる。

しかしこちらに来てすぐ読んだこの〝How to build Diorama〟にはずいぶん影響を受けさんざん真似したものだ。最近は使わないが、当時この本で初めて知ったクリアー・コート

の使い方は、塗装の失敗がごまかせるのでなんと実用的でアメリカ的な方法かと思った。

図面解説的スタイルと絵画的スタイル

飛行機モデルを例に話をするが、一般的に飛行機モデルのスタイルは大きく二つに分けることができると思う。

まずそのひとつは実機の色とカタチを正確に縮尺で伝えるクリーンなミュージアム・モデル風アプローチだ。世界的に見てもこれが依然、飛行機模型の場合、主流であると思う。

実機の色や形、質感をじかにそのまま情報として縮小された模型上に再現する。実機の大きさは縮尺率の表示またはフィギュアなどを組み合わせ相対的に説明するのみで「スケール・エフェクト」は概念としてない。特に大きく見せようという努力はなされていないわけだ。実物の構造を示す大型ミュージアム・モデルなどがその典型で、理想としては同じ材料を使い、正確に縮小された部品を個々に組み立て同じように機能することができればベストだろう。発想としては縮小された実物なわけでこのスタイルにおける究極の模型だ。

これらの模型は表現という要素は希薄で精緻なつくりや工芸的な完成度を身上とし、その点においては模型として独自の存在を主張しているとも言える。

もう一つのスタイルは、立体ながら塗装に絵画的イリュージョンを取り入れたスタイルだ。前者をあえて図面解説的、後者を絵画的と呼んでいいと思う。ジオラマはあきらかに後者だ。

ジオラマとはご存じのように、ベースの上に複数の模型を配置して情景を作り出すジャンルだが、前記の本〝How to build Diorama〟はジオラマの発想――すなわち作品とそのまわりの空間を、切り取られた異次元として捉えること――において一般モデラーに影響を与えた。具体的な方法論としては「スケー

ル・エフェクト」の導入であるし、技術的には以下に述べるテクニックがある。

ジオラマからの発想

ジオラマのルーツは額に入れた壁の絵画であり、ヨーロッパで古い歴史を持つシャドウ・ボックスがその直系の先祖である。このシャドウ・ボックスとは奥行きのある、まさに立体絵画とでも呼べるもので、絵画と同じく壁に埋め込まれ額縁をつけたりもする。ジオラマとの大きな違いは、絵画のように鑑賞者の視点を固定してあるのでパースペクティブを利用できることだ。遠景にあるものは小さく作ればいいわけで、これは撮影用のミニチュア・セットとまったく同じだ。

ジオラマの絵画的アプローチを技術面から言えば、ちょうど油絵に描かれた建物や人物に陰やハイライトを描き入れるように陰と光を模型に塗装で表現するという方法である。

ジオラマではミニチュア模型上に偽の陰とハイライトを与えあたかも実物大のようなイリュージョンを作り出すのである。目的は違うがここで使われている原理は舞台化粧や女性のメーキャップとも同じ。具体的なテクニックとしては、陰の表現にウォッシュを使う。これは薄く溶剤に溶いた陰の色を、表面張力を利用して模型の細かい彫刻の溝の部分に施す。ミニチュアとなった模型上に実物のような深い陰を塗ってしまうわけだ。ここですでに表現という領域に踏み込まざるを得ない。陰に黒を使うか、または印象派の画家たちのように黒をパレットから駆逐するかは作者の感性に委ねられているからだ。どう見せるかという作者の目的意識がここでも問われ、作品に大きく反映することになる。

ドライブラシテクニックは白を混ぜた明るい色をディテールの頂点突起部に擦り付けるように塗り、ハイライト部を強調し実物の大きさを表現するのに使われる。絵画テクニッ

クとしては古くから知られているがこれらを応用したわけだ。目立った汚しをするしないにかかわらず、これらテクニックはクリーンな図面解説的模型にも受け入れられ、現在アメリカのコンテストに出品される模型でこのテクニックをまったく使っていないものはないといってよいだろう。

ちなみにIPMSのコンテストでジオラマをどう定義しているかというと、――ベースの上に複数の模型を配置して情景を作り出す――という原則の上に、さらにストーリー・テラーであることを要求している。この物語性が明確に作品に出ていない場合は――ただのベース付き作品――として一般カテゴリーで審査されることになっている。これが一応ジオラマと一般カテゴリーを分けるIPMSの定義だ。

海外のパイオニア・モデラーたち

70年代にモデラーたちによって試され雑誌スケールモデラー誌上に発表されていたウォッシュ&ドライブラシのテクニックは、この本が出版された80年の初めごろには他の欧米プロモデラーたちにも広く受け入れられていた。

著名なヨーロピアン・モデラー、ベルギーのバーリンデン氏もその一人だが、面白いのは、アメリカ人モデラーでバーリンデン氏の仕上げはオーバーで好きではないが、ペイン氏の作り方は好きだという人が多いことだ。これを聞いて、どちらもくどくて似たようなものだと思われるかもしれない。実際、日本風のサラッとしたつくりからすれば両者の差はわずかだ。

しかし私もバーリンデン氏の作品の場合、戦車ならまだしも彼の飛行機の重量感にはちょっとついていけない気がする。石でできているかのような質感の飛行機ではとても飛びそうには見えないからだ。ペイン氏の〝How to build Diorama〟がウォッシュ&ドライブラシのテクニックをまとめて活字にし「スケー

ル感」という概念をはっきり方法論として打ち出したところに意義があると述べたが、実際に他のプロモデラーが書いた本を読んでも、このウォッシュ&ドライブラシを単に技術として解説してあるだけで、作例の写真なども光の方向とは関係なしに、表面一様にこのテクニックを施してあるものを見かける。これでは形式的過ぎる。

シェパード・ペイン氏と並んで人気のあるアメリカン・プロモデラーにマイク・グッド氏がいる。今はキリンなどの原形師としてロスアンジェルスで活躍しているそうだが、かつて彼がサンフランシスコに住んでいた頃、作品をじかに見たことがある。

テスターのパッケージ用に作られた1／48 Me―163や1／72 F―5、メタルのヒストリック・フィギュアも素晴らしかったが、日模1／48の隼一型が個人的にとても印象に残っている。いわゆるハゲチョロ塗装といわれる――迷彩の剥げ落ちた部分のジュラルミンがまだらに見えるという表現を施してあったが、誰もが一度はモノにしたい難しい表現の一つだ。彼の隼は、この塗装のハガレた部分は筆で銀を上から塗るという大胆な方法ながらまったく素晴らしいリアリティだった。

ペイン氏とグッド氏の共通点は二人ともヒストリック・フィギュア・ペインティング（注4）のキャリアが長く、彫刻ももちろんだが塗装が抜群にうまい。また二人とも、けっして目も眩むようなスーパー・ディテールをやってのけるタイプでもない。ペイン氏などはギズモロジーなる造語まで生み、細かいディテールなど「らしければよい」と主張、要は「でっち上げ」を推奨している。グッド氏のパッケージ用に作られた模型はもちろん"OUT OF THE BOX"であるが、実に味わいのある仕上がりだった。スーパー・ディテールも良いが、魅力ある作品とは仕上がりの色のバランスや質感といったような感性の部分でアピールしてくるものだ。

注4／ヒストリック・フィギュア・ペインティング
ホワイトメタル製のフィギュアを塗装しコレクションする欧米では歴史のあるホビー。ルーツはウォー・ゲームの駒で、いわゆる「鉛の兵隊さん」だ。

扉イラストは筆者が長谷川の「震電改マーキングコンテスト」で大賞を受賞した「震電改」のマーキング設定。1／72スケールでキット化（キット・ナンバーSP－158）され、月刊「モデルグラフィックス」96年7月号に掲載された。震電改とは、あの震電が計画書にあるとおりジェット化された場合を想定した架空の防空戦闘機。

第十二講【情報戦術論】

【講師】…原えりすん（オタクメディアアナリスト）

「一九九八〜一九九九 オタクトレンド予測」

【この講義の読み方】学長：岡田斗司夫

▼「ポケモン、もののけ、エヴァの次は何でしょうか？」　▼まあこれがオタク業界取材の定番だ。無理もない。97年はオタク文化の成果が、経済界でも話題になった年でもある。「次は何か？」「何に投資すればいいのか？」という相談は僕のところにも殺到した。「当たればデカい」のは知っていながらも、「ナニが当たるのか？」という法則など誰にもわからないからだ。　▼もちろん僕にだって「次は何か」なんてわからない。わからないけど困りはしない。そういうときはいつも原氏に電話して「ねえ、最近なにが面白いの？」と聞けばいいからだ。▼こういう分析・解析は本人がどっぷりとその世界に浸かってないと不可能だ。しかしどっぷりと浸かっている人、すなわち「単なるオタク」には、一般の人にわかる言葉で説明が出来ない。氏はその両方の側面を持つ、希有な論者である。　▼（マスコミ関係者へ）さぁ、ネタもとはバラしたんだから、今後オタク界の取材は原氏のところに行ってね。

©サンライズ

【講師略歴】原えりすん　はら　えりすん

オタクメディアの専門解析家　ヤマト第一作フィーバー（死語）からの古参オタクで、日本で数少ない、オタク界の「今」を言語化できる情報アナリスト。ウェブマガジン「おたくウィークリー」コメンテーター、「フィギュア王」（ワールド・フォト・プレス）で『原マーケットリサーチ』を連載中。

オタク業界はいつも「情報戦」の戦場

オタク業界の未来は一体どうなるのか？　まったくもってそれがわかれば誰も苦労はしない。

オタク業界というのはいわば高度な情報戦（注1）の現場であり、当然切り札たる秘密兵器は皆隠しているし、大当たり確実と言われて大ゴケする作品なんてザラなのである。

今キャッチィであっても次のシーズンには見向きもされないことだってあるのだ。動向はまったくつかめないと言っても過言ではない。

しかし目安としてのおおまかな予想だけは出来る。あくまで指針程度だが今後の将来性をいくつか探ってみよう。

アニメマーケットの小型化と、その問題点

まず今のアニメの状況だが、最近になって短期のワンクール番組（注2）がふえ、3カ月先のマーケットを予測するのも困難な情況となっている。

一発大当たりが出ればあっという間に勢力地図が塗り変わってしまうため実にファン及びアナリスト泣かせの状況となっているのだ。

この混迷の原因なのだが、少子化傾向による玩具会社などのそれまでアニメ番組を支えてきたチャイルドマーケットの衰退がある。

その結果、バンダイなど大手企業（注3）や、少年マガジン、少年ジャンプなど大手雑誌の推進する主力作品以外は出る幕が無いと思われていたのだが、最近になって中規模の出版社や映像ソフト会社がスポンサードするパターンが多くなってきているのだ。

例えばマンガ作品のアニメ化が行なわれた場合だが、それまで数万部程度だった単行本発行部数が数倍に軽く膨れ上がるため、出版社としてはかなりのメリットがある。

あわせてその作品がソフト化された場合、オリジナル作品よりも知名度が高いため、レ

注1／高度な情報戦
例えばある絵描きが画期的なキャラクターの書き方を得たとしよう。髪の毛の描き方服のシワの取り方等、眼の描き方等。その手法で人気を得られるなら当然周囲も真似をし始める。しかし表面的な物まねではしょせんニセモノにしかならない。いかなる理由でその描き方に到達し、いかなる手法でその絵を描いているのか？
その手順をいち早く理解し、同等もしくはそれ以上の物を生み出せた人間のみが第一線で勝ち残れるのである。

注2／ワンクール番組
13話で終わる番組のこと。ワンクールは一季節で1年の4分の1。年間放送は4クール、半年だけなら2クールである。ワンクール番組は深夜に多く、最近ではレーザーディスクなどの映像発売にあわせて12話でまとめるケース（センチメンタルジャーニー）も出てきている。

注3／バンダイなど大手企業
事実上玩具市場の規模ではバンダイが最大手。それからいくらか開けてタカラなど他業者が入る。

ンタル店などのセールスが期待できる分ソフト会社の得にもなり、アニメを作る制作会社も衛星などの2次使用もあるので1回きりで無いところに魅力がある。

要は、中規模会社であっても相互連携を行ない、スポンサードすることによりミニマムな市場で食いつなげるという形ができつつあるのだ。

98年になってこの相互連携型のミニマムヒットを狙う傾向が強くなり、聞いたことのないような作品が次々とアニメ化されるようになってきた。

テレビ視聴率にこだわらず、深夜やUHF局など安いTV枠を買って放送するのだが、これが成り立つのはビデオの普及によって「放送時に必ずテレビの前にいる」必要がなくなったためだ。とくにハイティーン以上など商品を購入してくれる客層は、たとえゴールデンの番組でもビデオ視聴の率が高い。逆に言うと、要は「放送さえすればよい」ということに、皆気が付いたのである。

しかし弊害もいくつかある。

ソフト産業である以上、出来上がったものがそれなりのクオリティを持たなければ意味がない。

おのずと低予算になるため「完成させればいい商品」といわんばかりに粗製濫造が繰り返され、訓練されていない人間が脚本を担当し、演出絵コンテにいたっては素人同然の質の悪いものが放送されているという実態がある。

深夜に放映されたある番組は、放送された第1話があまりにも酷く、作家が怒って連載を中止してしまったという例も聞いているし、98年春放送の「ロストユニバース」第4話では、発注したフィルムを下請けが指定を無視してデタラメな形で納入、それが放映されインターネットでスタッフが釈明（注4）を行なうという事件も発生した。

もともとアニメ業界は人を育ててなかったため、この苛酷な状況下で完全にパンクして

注4／インターネットでスタッフが釈明
現在はアクセスできません。

いる状況である。確かに市場は広がったのだが、アニメを作る側のキャパシティを越えてしまっているのだ。

制作スタジオでも実力のあるところは難を逃れているが、１本まるごと作る能力のないところが博打で手を出した場合、かなりの損害を発生させている。

97年には、制作会社の一つがつぶれたために、放送途中で続行不能になってしまった「白鯨伝説」（ＮＨＫ衛星）のような作品もある。物語の途中で番組が消失してしまうケースが実際に発生しているのである。

この悲惨な状況下で作られる作品は、かなりのものが水準を下回っている出来で、さらにマイナーな作品からのアニメ化ではきわめてカスタム化された内容（注５）のために第１話を見逃せば何をやっているかさっぱりわからない、といったきわめて狭い視野の変則的な作品が世に出ているのである。

俊英が、ドサクサ紛れに作る作品がいい！

外側から見れば多くの作品を世に送り出し盛り上がっている感のあるアニメ業界だが、その実態は中小企業の綱渡りで支えられている世界であり、「広く浅く」から「狭く深く」というやり方にシフトしている分、視聴者側も極めて高い選択眼を得なければ無駄な物ばかり掴まされる事になるであろう。

だがその中でも良い作品もある。

今後のトレンドを支える俊英がドサクサに紛れて作品を発表し、ファンに受け入れられている状況もあるのだ。

一例を挙げるとスタジオオルフェなどは最近になってメキメキと台頭したチームで、97年の「大運動会」（ＴＶ東京）ではスポ根という使い古されたネタを現代的にアレンジ、しかも大真面目にやって見せ、最後はそれを全部引っ繰り返してギャグをやるという近年にない怪作をものにし、「ＭＡＩＣＯ２０１０」

注5／カスタム化された内容

ファンタジー系の、現実と遊離した作品の場合、一般との共通点が少ない。作者が考えたことが世界の法であるため、世界、人種、魔法のあるなし及びその定義等、すべてがバラバラであり原作を読んでいないと全く理解が出来ない。しかも原作読んでも理解できない作品が制作側の都合によりアニメ化される場合があるので、おおよそ素人がすんなり楽しめるとは言い難い作品ばかりになっている。

これを勉強しているのが優秀なるオタクであるのだが、素人はその手前でつまずくのでいつまで経ってもオタク業界のことが判らずにいるのである。

（ＷＯＷＯＷ）や「トライガン」（ＴＶ東京）などでは原作以上の持ち味を出している貴重な存在といえる。

サンライズ作品「センチメンタルジャーニー」（ＴＶ東京）は、原作ゲームの出来の悪さから誰もが失敗を予測していた。にもかかわらず、監督片山一良氏の手腕と総作監を務める平山まどか氏の作業により（どの回も主役のアップなどのメインカットには全部手が入っている）、美少女モノという作品の価値上欠くべからざる作画クオリティと、地に足のついた丁寧な演出を得て一般アニメファンからの高評価を得ている。

クオリティ管理に気を配っているのは業界をリードしてきたサンライズならではと言えるだろう。

「魔法のステージファンシーララ」（ＴＶ東京）も非常によく出来た作品なのだが、ネット局が少ないことと絵的にリアルに傾きすぎて損をしているきらいがある。

いわゆるオタク好きする絵柄ではないためメインターゲットの少女層に受けは良くても、ファン市場のオタクマーケット的には今ひとつといったところだ。

「カードキャプターさくら」のヒット要因

今後のトレンド予想だが、夏あたりに来るのはほぼ間違いなく「カードキャプターさくら」（ＮＨＫ衛星）であろう。

久々のキャッチィな美少女物であり衛星加入の切り札とも言える作品で、アニメの出来もマッドハウスという著名なスタジオならではのクオリティがあり、ファンの極めて高い支持を得ている。

今夏、キット、同人誌など、ほぼオールジャンルで盛り上がりを見せるのは間違いないだろうというのがおおかたの予測だ。

もうすでに商品化はスタートしているが実際モノになるのは98年秋口以降だ。よって98

「センチメンタルジャーニー」©サンライズ

「カードキャプターさくら」©CLAMP・講談社・NEP21

年夏はファーストバイ（注6）の入れ食い状態が期待できる。が、冬以降になると商品乱発によるイメージ飽和（注7）を起こすのでマーケット的にはパワーダウンすると見られる。

放送も来年初頭までは続くので、コアなファン以外のブーマーマーケットが食い付く冬は、コミックマーケットやワンフェスなどのファン市場でかなりの盛り上がりが予測できるだろう。

まだ衛星という限定放送なのでビデオリリースが終わる来年秋以降からの地上波放送も考えられる。よって、かなり長期にマーケットを下支えしてくれるのではないかという予測がある。うまく載せさえすれば「ポケモン」ほどではないが「新世紀エヴァンゲリオン」クラスのヒットを超える事も可能だ。

ただ原作にクセがあるので、ファンが期待しない方向（注8）に進んだ場合、あっという間にファンは冷めてしまうので確実視するのはやめておいたほうが良いだろう。

狙っても当たらない「仕掛けの怖さ」

「カードキャプターさくら」を追撃するのがおなじ「さくら」の『サクラ大戦』（セガサターンゲーム）かと思われていたのだが、案外ファンが盛り上がっていない寂しい状態がある。

先頃発売された『サクラ大戦2』もそれなりに良くできた作品で、クオリティもまったく落ちていないにも関わらず、ファン層の"キャラ燃え心"（注9）が刺激されなかったらしく、セールスに比べファンマーケットは盛り上がっていない不思議な状態になっている。

要因として以前より恋愛シミュレーションの味付けが薄くなっている（注10）ことと新キャラクターにオタク心をくすぐられないところが原因だったのではないかと睨んでいる。時期的にカードキャプターと重なってしまったため完全に喰われてしまったのも原因だろう。

狙いとしては正しかった分、思ったように盛り上げられない「仕掛け」の怖さが現われ

注6／ファーストバイ
市場商品が不足していて出せば売れる状態を考えてみる。
ある作品が非常に優れていたとしよう。その作品は無名であってもマニア間で口コミで噂が伝わり最初のコアになるマーケットが出来る。そこに一番最初に商品を投入することをファーストバイといい、これは少々出来が悪くてもバカ売れする。

注7／イメージ飽和
先述のファーストバイでバカ売れすると市場有望と見て業者が次々と参入し始める。だが必ずしも一流の技術を持っているわけではないので、市場には二級品の商品があふれかえり、ファンも冷めてきてモノが売れなくなる状態を指す。

注8／ファンが望まない方向
エヴァンゲリオン劇場版で、苦肉の策であるTV最終回をもう一度劇場でやったことが一番顕著な例であろう。同じモノなら料金出してまで見に行く必要はない。

ていると言える。
ナンバー2を狙う最有力候補、もしくは逆転トップを狙えるかも知れないのがパソコンゲームから来たすごいヤツ『To Heart』である。
98年秋からの一部UHF局限定という淋しい放送形態だが（東京都でも見られない）実力あるOLMのスタッフが制作を担当するという事でファンの高い期待を集めている。
実はこのゲーム、最初はファンからさんざんな扱いを受けていた。前作『痕（きずあと）』までのハードな展開に対してただのほのぼの話になってしまったせいなのだが、前作を知らないファンが付くにつけ、時を追って評価が高まりパソコンゲームとしては数万本を売り切る異例の大当たりとなった。地に足のついたヒット作と言える。
とくにファンの支持率が圧倒的に高くコミケでの企業ブース（注11）は長蛇の列が出来、ゲームを知らない（できない）人間が多数いるにも関わらず、とんでもないセールスを記録しているのでかなりのヒットが予測できる。
同時に家庭機移植版も99年初頭に登場予定なので、うまく火が付けばビッグヒットになるだろうと思われる。
ただシリーズ構成に不安が残るし、キャラデザインも妙なリアルっぽさがあるので果たしてうまくこの大きなロケットを打ち上げきれるのかどうかの心配がある。
人気は水物である以上、98年秋に蓋が開いてみないと判別つきづらいといった所だ。

20周年、ガンダムは一般トレンドの核へ

一般トレンドの核になるのがガンダム物と見ている。
99年は「機動戦士ガンダム」放送後20年にあたり、ファッションとしての80年代カルチャーの代表として扱われればかなりの市場喚起が予測される。

注9／"キャラ燃え心"
ようするに心の琴線にどこかしら触れ「○○好きじゃー」の状態に入ったことを指す。熱くなることから「燃える」と称するが最近ではもっとワビサビのきいた「萌える」という言葉を当てるケースが多い（例：サクラ萌え萌えっす〜!）。

注10／恋愛シミュレーションの味付けが薄くなっている
前作をクリアしていると最初からラブラブなので盛り上がらないことおびただしい。

注11／コミケでの企業ブース
コミケで言うと西館の上階辺りにある。

とくに来年からは新作ガンダムが富野由悠季監督自身の手でテレビシリーズとして準備されているので雑誌的にも華となり、他のメディアも富野＝ガンダムで取り上げやすくなるので大きな広告効果が期待できる。

ブームの核は初代ガンダムリスペクト（注12）になると思われるので、どうファッションとして盛り上げるかによるだろう。うまくバラエティ番組のコントにでも採用され、ガンダムはかっこいい！　あの有名タレントもファン！（注13）とイメージ誘導できれば、第2次ガンダムブームが来ることも予測されるのである。

新ガンダム自身も作品の出来次第では大型ヒットとなる可能性はあるが、なにぶん核となるアニメファンは気まぐれのため、他の美少女物に喰われている事も考えられる。ガンダムは一旦当たればキット業界も含め大きな市場が生まれるので、バンダイとサンライズの出方に注目しておこう。

他にも大ネタとしては『劇場版ああ女神様、逮捕しちゃうぞ』があり、スタッフ的に期待が持てるためかなりいいオタクヒットが望めそうな感触がある。

ただし講談社の情報管制下に入るので（出版社によってはアニメ雑誌への露出は月2ページ以下と限定しているところもある）、周囲がさほど盛り上がらず、さらりと流されてしまう可能性もある。しかし海外にも根強いファン層があるのでワールドマーケット的には一番の話題作となるだろう。

ペイチャンネル専用アニメの読み方

その他の要素として、衛星などペイチャンネル専用の大予算アニメなどが準備されているらしくこれがどう動くかも注意したい。

アニメの制作費というのはおおむね100万円アンダーぐらいなのだが、予算をかければそれなりのクオリティの物が維持できる

注12／リスペクト

初代ガンダムに影響を受けた人間は多く、1980年前後にヒットした世代が現在業界の最前線に出てきている。

話題の中心になると言う点で初代ガンダムはすでに神格化を始めている。この傾向はしばらく強くなる一方であろう。

注13／有名タレントもファン！

具体例は出せないが案外タレント業界でアニメ・ゲームファンは多い。休日や待ちの間、顔が知られている分外に出ていけないため、どうしてもテレビを見ている時間が長いためである。知人が出てこないアニメが一番安心して見られるからと言う説もある。

オタクくささがマイナスになると見て事務所側が公にしないケースが多い。しかしこれからは個性をアピールする分プロフィールに「私のオタク物」を入れるべきであると主張しておこう。

（ちなみに「天空のエスカフローネ」クラスが1500万円台と言われている）。

予算があると言うことは腕の立つ人間を長期にわたり拘束できるため、ペイチャンネルに見合った作品が放送できる事になる。

残念ながら今の安価な制作費では高いギャラを払って人を押さえるという事が出来ないため、どうしてもクオリティにバラツキが出てしまい当たり外れが毎回出てくることになる（国内ではアニメ雑誌の定期刊行やコミケなどのイベントにより絵の情報が豊富でとくに若手がうまい絵を猛烈に模写してくるので、かなりのレベルアップが見られるのだが海外で出している下請けには刺激になるようなビジュアルが届かないため、おのずと国内外で絵のクオリティ格差が生まれてしまい、国内作画に対し、安い制作費上ギャラを充分払っていけないジレンマが生まれている）。

この加入の核になるオリジナルコンテンツをどう活かすかが衛星業者の腕の見せ所と言えるが、現在の状況を見ているとさほど長期戦略的にいいソフトが出ていないのが辛い。

基本的に配信側がマーケッティング不足であるためにどうしても制作会社に足元を見られて中途半端な作品ばかり買わせられる傾向が強い。

ペイチャンネルに加入する側としては、何が良くて何が悪いのかを判別する、信頼できるナビゲート役が必要であるし、送り手はまったく知識のない顧客に対して面白さ等をちゃんとわからせられるガイドも必要である。

いくらソフト数が豊富でも、アニメチャンネルに加入すれば自動的に立派なオタクになれる訳ではないので注意が必要だ。

例えば現在30代のヤマト世代、つまりオタク団塊の世代（注14）は、大体の知識が頭にたたき込まれているためにタイトルを聞けば背後関係等一発でわかるのだが、エヴァ以降のファン達には基本的な知識が欠如しているために、まずそれを教えてどう面白いのかを解

注14／オタク団塊の世代
第一期が、ヤマト第一作から初代ガンダムの70年代後期〜80年代初頭のアニメブーム時に影響された層を指す。現在30代の古参オタク。
ちなみに第二期は、ガンダムプラモデル通称ガンプラブームの洗礼を受けた、80年代初頭から中期に小中学生だった層で、現在の新人クリエイターがだいたいコレ。
第三期はずっと時代を下ってエヴァンゲリオンに初めて影響受けた層である。

説し興味を持たせるところから始める必要性がある。

一例を挙げると、富野監督作品がアニメファンの間で神格化しているのは、それまでの作品の出来が今ひとつだった時代に「人間性」を高らかに打ち出した演出を行ない、ただ見ただけでは終わらない深い作品感を残した事による。

今旧作の「ザンボット3」を見るなら、その前後のロボット物をみて、いかにアニメスタッフが演出や整合性にこだわらず作っていたかを知らなければならない。

制約のきつい状況下でテレビアニメ黎明期から現場で活躍していたベテラン演出家の富野善幸（当時）が1本作品を任されスポンサーとのジレンマの中でスジを通したのが「ザンボット3」というアニメであり、当時の極限状態で作られたからこそ今なお伝説として残っているのである。

今のレベルと照らし合わせて見れば作画も荒いし見られた物ではないのだが、こういう知識を得て当時に思いを馳せてみればザンボットの面白さが初めてわかるのである。

ペイチャンネルがトレンドとなりうるかは、ちゃんと情報を整理できて他人に伝えられるかによる。加入するかどうかはどうしても見たい番組があるかどうか見極めてからをお薦めしよう。

「エヴァもどき」が絶対当たらない理由

さて今後のアニメ業界の行く末を予測してみよう。基本的にいくつか大きな勘違いがまだ業界に残っている。

その代表はなんといっても「エヴァンゲリオンみたいなものを作れば当たる」という誤解だ。

エヴァが当たったのはガイナックスという会社がオタク知識の収斂を行なっていたため「何をやったら受けるか」という情報をかなり

蓄積していたからに他ならない。

よく「自分探し」がウンタラカンタラ（注15）とか取り上げているが、あれはマスコミ的な格好いい物言いであり見ている人間はあくまでオタク的な面白さに引かれているのである。その証拠として自己葛藤の決定版とも言える劇場最終作であっというまに市場が冷え切ってしまった事が顕著な例だろう。

その辺りをわかっていない人間が「エヴァもどき」を作ろうとしても、所詮はガイナックスというおたくのエリート集団（注16）の敵ではなく、小さい情報を小出しにして結局小さな作品を作るに終わってしまうことになるのである。大風呂敷を広げるなら、それに見合った能力が必要なのだ。残念ながら現状ではオタク知識の収斂を行なえるような環境が整っていないため、この先「打倒エヴァ」でどんなに頑張っても同規模の情報管理能力がない限り絶対成功しないと断言できる。

まず「エヴァもどき」は当たらないと見て間違いないだろう。

そのガイナックスも「彼氏彼女の事情」などの作品が控えているが監督庵野秀明のマジックは薄れてきているのでヒットするかどうかは微妙なところだ。むしろ新作「蒼きウル」の発表がいつになるかの方が重要だろう。

作品的には辛気くさい作品が席巻したので反動で当面は明るくなる気配もある。

99年という時代性から世紀末ホラーの席巻も予想されたが、ここ数年の社会事件や放送局の規制強化により当面はホラー系のヒットは少ないのではないかと見ている。

むしろ不況下においては心温まる「なごみ」系の作品がヒットする可能性が高い。まったく手つかずの少女漫画などが数多く残されているのでこの辺りに次のメディアを引っ張るヒットがあると予想している。

個人的には、衛星などの専門チャンネル化によりファンがここ30年ぐらいの幅の広いソフトウェアを手に入れられるかどうかに注目

注15／「自分探し」がウンタラカンタラ
自己の存在と確立、押しつぶされる自分　他人との接点　希望と挫折の混在追いつめられて行き場のない精神～
もう　ええっちゅうねん！

注16／おたくのエリート集団
おたくにもエリートが存在する。あふれる情報を制御しそれを自分の仕事に転用できる高度な技術を持った人間は、ただ見ることだけで理解できない人間とは圧倒的にレベルの違う情報格差を持つ。
特にガイナックスはオタク情報の拠点として内部で情報交換や切磋琢磨が繰り返されたため数多くの人材がここに関わり、輩出している。

している。
かねてから噂されている東映の新作マジンガーZも、動けばそれなりの話題にはなるだろうし、98年から動き始めた松本零士作品のリニューアル化も過去の旧作情報を喚起する良い材料となるだろう。
過去の作品にも優れた物は多いので、そこから視聴率を稼ぎ、新作という流れもより多く発生してくるだろうと予測している。
梶原一騎再評価も下準備が整いつつあるので、じきであろうと予測している。

通信ゲームは根づくか?——ドリームキャストの試練

次にゲーム業界だが今後は休息期に入るのではないかと思われる。
大ネタの『ドラゴンクエスト7』や『FF8』など、メーカー各社はバッティングしないよう時期ずらしを考えているだろうし、新マシンの発表も含めて過渡期に入るため何処に参入するかの問題もあり、あまり思い切ったことが出来ない状況に陥ると考えられる。
ニューマシンのセガドリームキャスト（以下DC）だが、しばらくはソフト不足のためにぱっとしない時期が続くだろう。
核になるのは『バーチャファイター3』などのアーケード移植よりも、内蔵モデムを使った通信対戦ゲームと見ている。これがヒットするかどうかが最大のヤマだと言えよう。
当然後発機種にもモデム機能は搭載してくるだろうから、いかに先にネットワーク市場を占有するかの陣取り合戦となるのだ。その点先行しているDCは一日の長があるため通信ゲームの大御所を押さえていけば後発に大きく差を開けることが出来る。
だが通信ゲームにもいくつか問題がある。
まずモデムのスピードが遅いため、遠方とのリアルタイム格闘対戦など論外で（タイムラグがありすぎる）、『ディアブロ』など既存

の通信ゲームもＩＳＤＮが標準と言われるほどだ。アナログモデムのスピードのままでは将来性は無いに等しい。

　さらに、買ってモジュラージャックにつなげば即通信対戦可能となるならかまわないのだが、場所代（プロバイダ料金）を取るとなると一気に雲行きが怪しくなってくる。

　学生はクレジットカードなど持っていないため当然プロバイダ契約不可能であるし、親もそんな財布の底に穴を開けるような通信対戦を了解するとはまず思えない。

　一晩対戦しただけで数千円は軽く飛んでいく通話料だけでもかなりの額にのぼるうえに、さらにプロバイダ料金をとったなら、もし仮に盛り上がっても他で問題化する事は眼に見えているだろう。

　ネットゲームは資本力のある社会人オタク（注17）には有望だが、実は一般的にはあまり向いていないジャンルであるため、ここのところをどうするかがＤＣの分水嶺となるだろう。

　低予算でパソコン通信の面白さが楽しめるような世界構築が出来るなら、一気に勢力図が塗り変わるのだが、そこまでセガが思い切れるかどうか疑問だ。

　日本で通信環境を構築するなら美少女ゲームは避けて通れないので、ネットにアクセスすれば毎日違ったイベントを楽しめるなどの海外にない形のソフトウェアが重要視されてくるだろう（ネット対戦で一人のキャラを取り合うというのもまた乙であろう）。

　ＤＣはブランドイメージ（注18）を出すため半年後に美少女ゲーム解禁の方針を取っているが、それまでマシンスペックのみで勝負するなら任天堂64と大差がないため、かなりの苦戦を強いられることになる。どう打って出るかに刮目しよう。

玩具・キット界を席捲する完成品ブーム

　玩具キットなどのモノ業界としてはここ最

注17／社会人オタク
　簡単に言えば自分の稼いだ金をオタクに使える人間のこと。数千円から数万円の高額商品をバンバン買ってくれるので彼等がいなければこの世界は成り立っていけないのである。

注18／ブランドイメージ
　オシャレで格好いいというイメージを作れたプレイステーションと、オタクくさーいセガサターンとの売れ行きの差を見れば一目瞭然であろう。
　ＤＣもオタク臭さを廃しようと企んでいるらしいが、結局は宣伝資本の差が大きいので小手先で何処まで通じるか危ぶまれている。

近の傾向として完成品流通が主流化し、その代表としてドール（注19）が注目を浴びている。

今までのキットは未完成品だったのだが最近は完成品ドールが流通するようになり、以前とは比べ物にならないほどクオリティも上がってきたため厳しいオタク眼に耐える商品も増えてきている。

特徴としては実際に触れることであり、服を脱がすというセクシャルな嗜好もプラスされているためにかなり根強い風潮としてこのまま残ることが予想されるだろう。

ただし以前よりはマシと言った程度で、ガレージキットのクオリティを凌駕するほどではない。植毛ソフビ成型の問題も含めてまだ過渡期であるのだが、その分スターが登場する余地が残されている。今後の注目株と見て間違いはない。

海洋堂などは塗装済みソフビ人形も活発に商品化してきているので、消費者側としてはこの技術競争は歓迎すべき事となるだろう。

「商用データ」よりも「セカンドデータ」を

現在、あきらかにパラダイムシフト（枠組みの移行）の波がオタク業界に押し寄せている。コンピューターのスペックアップによりビデオ・オン・デマンドなどの選択型ソフトウェア配給や衛星による専門的チャンネルの発生、そして旧作に関する情報飢餓から生まれる中古市場の急激な生成、コンシューマーゲームの世代交代、玩具業界のノスタルジック化にドール化傾向と、ここ1～2年で物事はダイナミックに動いている。

今必要なのはこの新テクノロジーが錯綜する中でいかに必要な情報を押さえ、それを使っていくかという高度な取捨選択能力である。

例えば、衛星もしくは関東ローカルで、あるアニメが放送されていたとする。まずあなたはこれに関する情報を得なければならない。

作画はどうなのか？

話は面白いのか？

注19／ドール
着せ替えできるものを主にドールと定義している（できないものはフィギュア）。
例えばイエローサブマリンのベルダンディーに、ノアドローム（人形服専門店）のメイド服を着せたりタカラジェニーの制服を着せたりと、お好みの格好をさせるのが主なプレイバリューであり、こり出すと素体にエプロンのみとか永遠にキリがなくなる。
なまじタカラドールなどの歴史がある分、一度手を出すと戻って来れなくなるほど奥が深いオタク業界のブラックホールと呼ばれている。

話題性はあるのか？
自分の好みに合っているのか？
アニメ雑誌などに断片的に発表される情報から、自分にとって買いかそうで無いかの判断が必要となる。どんな話なのか第何話が面白いのか？
ここではパソコン通信やインターネットもしくは友達同士での口コミなどが有効な情報源となるだろう。情報収集を怠れば、せっかく買ったソフトがハズレの回ばかりのヘナチョコなシロモノをつかまされるかも知れないのだ。
アニメ雑誌で褒めているから、有名な監督だからといって面白いとは限らない。とくに昨今アニメ雑誌の記事は内容に対する掘り下げ方が甘くなり、ライターの印象記事ばかり載っているため、ほとほとアテにならないことおびただしい（唯一買う価値があるのはアニメージュぐらいなものである）。
次にそれがどういう形態でリリースされているのか調べねばならない。
ソフトはいつ発売なのか？
買うならどう資金繰りをするのか？
衛星ペイチャンネル専門番組なら、まずビデオソフト化される見込みは少ない。自分で加入するか？
もしくは他人に頼むのか？
今やもう、こういっためんどくさい手順を踏まえなければ、数の増えたアニメは手元に届かなくなってきているのだ。
立派なオタク者になりたいのなら、自分から情報に食い付くことが必要なのである。
鍵は、アニメ雑誌などの商用データよりも実際見た人間のセカンドデータを優先すること、これがトレンドを読み、いち早く良い物にたどり着けるポイントである。
トレンドとは常に流動的である。他人が見向きもしない作品でもそれに強力に心引かれるならそちらを優先させるべきと言うのが私の持論である。

次なるヒットというのは常にそういうところから生まれてくるものなのだから。

推薦図書　アニメージュ（徳間書店）最新号およびＡＸ（ソニーマガジン）最新号

受講者はこの2誌を読み比べて作品へのアプローチの違いなどを見つけること。

手がかりは広告、およびグラビアページに書かれている文章である。

特講【少年マガジン研究】

【講師】…大沢　南（と学会）

「アンケートによる部数日本一奪回の分析」

【講師略歴】大沢　南　おおさわ　みなみ

少年マガジンの創刊とおなじ1959年生まれ。某大学でSF研やアニメ研そのほかに関係する。6年通った後、某メーカーに入社、現在はデジタル機器の企画に携わる。少年マガジンを読むのは多摩ニュータウンの自宅から会社への通勤電車の中。マガジンに限らず、雑誌を手に取る時、読まない記事はあっても読み逃すアンケートはない。と学会員。

【この講義の読み方】学長・岡田斗司夫

▼大沢氏は僕と同じく、「と学会」の会員である。と学会とは「トンデモ本を研究する学会」であり、その研究対象はオカルト・UFOなどの疑似科学から、古書・アニメまでと幅広い。▼誤解されがちなのは、「と学会」はこれらの現象を研究する団体だ、と思われていること。これは大マチガイである。と学会とは、このような現象の「研究本」を研究するという、特殊書評団体なのである。▼この論文は98年の春、東京大学駒場校舎で開催された「と学会」席上で発表された。「週刊マンガ誌のアンケートを精緻に分析すると、実はここまで編集部が計算しているのがわかる」という驚愕のレポートである。▼怪しげなUFO本、ノストラダムス本などを快刀乱麻を断つが如く切りまくってきた「と学会」にかかると、単なるマンガ雑誌アンケートもここまでツッコミ甲斐のある批評になるのだ。

【1】「読者アンケート」に注目せよ

アンケートウォッチャーの誕生

もともと読者アンケートを活用し、その人気投票で「人気のないマンガは10週で打ち切り」としてマンガ家に脅しをかけていたのは少年ジャンプである。この手法で1973年、ジャンプは発行部数で首位に立った。（注1）

だが、少年マガジンは、アンケートを単なる人気投票以上のものにして、着々と首位奪回の土台を築き、ついに97年首位を奪回した。（注2）

様々な分析がなされているが、私は少年マガジンの「アンケート」からこの交代劇を考察していきたい。

そもそも私がアンケートに注目したのは、アンケートに応募したからだ。少年マガジンのアンケートの形式は、ジャンプのような綴じ込みの専用ハガキに切手を貼る方式ではなく、回答欄を切り取ってハガキの裏面に貼る方式である。書損じハガキや、返信不要な往復ハガキの残り半分や、余った印刷済み年賀状の再利用には、マガジン方式のアンケートが適していた。書損じハガキは郵便局に行けば替えてもらえるが、その場合は手数料を別にとられてしまう。

しかし、当然のことながら、プレゼントはそうそう当たるものではないのである。何回かアンケートを出して、もうハガキを出すのはやめようと思っていたが、今度はアンケートを書くことより、アンケートの質問文を読むことの方が面白くなったのだ。96年、私の心に「アンケートウォッチャー」が住み着いた。

現在、マガジンのアンケートは見開き2ページで、プレゼントをドーンと紹介している。プレゼントはたいていはテレビゲーム本体、新作ソフト、CDラジカセ、アイドルテレカ、写真集等で、そのほかはスニーカーやGショックなど、旬の流行りものが並ぶ。それらの商品は、他のマンガ雑誌のプレゼントと大差ない。

質問項目は向かって右ページの1／3を使い、項目は10個程度である。だが、選択肢が異常に細かく、これが他の雑誌にはない特徴なのだ。

注1／朝日新聞　1988.12.13　夕刊　15頁
注2／朝日新聞　1997.07.28　夕刊　1頁

〔アンケート引用時の諸注意〕
●アンケートの締め切りは原則として発売日の10日後となっている。
●また、表紙に刷られている発行日は、発売日の2週間後となっている。以後、引用するアンケートには、アンケートのページに明示された、締め切り日を表示していくことにする。
●［A］、［B］、［C］…はアンケートの中の質問番号。従って、10番目の質問は［J］となる。

選択肢の並べ方に、編集部の意志が見える

では一つ実例を。

部数増加の原動力となった、「金田一少年の事件簿」についてのアンケート。

【少年マガジン　アンケート96年　しめきり／6月15日】

［F］『金田一少年の事件簿』のキャラクターグッズが発売されるとしたら、キミは買いますか？

⑴ぜひ買いたい　⑵興味はあるが、実際の商品を見て判断する　⑶たぶん買わないと思う

［G］実際に『金田一少年の事件簿』で次のグッズが発売されるとしたら、一番ほしいものはどれですか？

⑴探偵手帳（システム手帳に水に溶ける紙や番号付きの会員証などの探偵セット5～6点付き）⑵カードゲームブック（オペラ座館を舞台にした推理ゲームが3～4種類もプレイできる。もちろんトランプも可能。54枚組）⑶ステーショナリーセット（金田一少年の事件簿バトル鉛筆をはじめとするノート、消しゴム、下じきなどのセット）⑷タペストリー（書きおろしイラストの布製ポスター）⑸スタンプ・バッジセット（キャラクターの顔、決めゼリフなどのスタンプ・バッジ）

「金田一少年の事件簿」は、96年当時、マガジンの主力商品であり、テレビ化、映画化、ゲーム化、そしてアニメ化と現在もメディア展開中のものであり、ジャンプ追撃の戦略商品であった。アンケート登場回数も多く、グッズ、ストーリー、コミックスの形式に至るまで、様々な設問がなされてきた。マガジンがいかにこの作品の人気の増進と維持につとめているかわかる。

この読者アンケートで特徴があるのは、選択肢が具体的であることだ。

新製品を企画しようと、消費者調査をする場合に気を付けないといけないことは、消費者は自分の欲しい物がなんだかわからない、ということなのだ。自分で欲しい物がわかるなら、そのひとは業者に注文するなり質問したりするだろう。

しかしヒット商品というものは、潜在的に「欲しいなあ」という思いが多くの消費者の中に多くありながら、具体的にはうまく説明できなかったものが、ある日ポッと実現できたものが多い。ヒットした理由を後から考えるのは簡単であるが、ヒットするものを考えるのが難しいのはそういう点だ。

この「金田一少年の事件簿」グッズのリクエスト募集の中で、水に溶ける紙の付いた探偵手帳など、数十年前に大ヒットしたスパイ手帳セットを思い出し、懐かしい人もいるだろう。そのヒットの要因となった「水に溶ける紙」も、製紙業者が、こんな特徴のある紙を開発してみたのだが、使いみちを探していたものなのだという。それを、スパイ手帳という具体的な商品に開発し、メモを水に流すテレビコマーシャルを流して大ヒット商品にした。今思うに、玩具会社の企画力は大したものだと思う。

また、アンケートの選択肢の並び方にも注目してほしい。選択肢が多くなると、どうしても最後まで読むのが辛くなる。快適にアンケートに答えてもらうには、回答の

多そうな選択肢をあらかじめ予想し、それを初めの方、選択肢の3番目ぐらいには収めておく方がよい。

オタクなら選択肢を全部読め

選択肢の最後の方まで読む人は、忍耐強い人である。そこで、選択肢の終わりの方には、マニアックな選択肢が並んでいる。最後まで選択肢を読む人は、すなわちオタクであり、オタクは選択肢を最後まで読んでいくことで、オタクな楽しみを発見できる。

アンケートを引用していくことで、この楽しみを味わってもらえると思うが、では最初から選択肢を少なくしておけばいいではないかという疑問も出るだろう。

最初から3つや5つの選択肢を用意しただけでは、趣味が多様化した今、「これから流行るもの」をすくいとれないのかもしれない。といって、自由記述させるのも難しい。現代の読者層は、文部省の絶え間ない努力によって、マークシート方式の回答に慣れさせられ、自由記述など、自己表現に関する訓練を積まずに卒業・就職・結婚してしまうのである。

とくに選択肢の終わり付近は、編集部が期待していない方向、望まない方針の選択肢が混じっている。なぜ、あえて望まないものまで含めて選択肢をたくさんつけるのだろうか?

その選択肢を含むことで、そのテーマを選択しないという理由を編集会議で述べることができるし、広告主への説得材料にもなる。また、顕在化しない流行のはしりや、読者の嗜好の変化をも捕えようとする態度の表われであろう。

以降、引用する読者アンケートを、「選択肢配置のテクニック」を意識しながら読んでいってほしい。

この探偵手帳は、選択肢⑪なので、編集部おすすめのグッズであったのだろう。このうちのどれが商品化されたかは、詳しく調査していないのだが、商品化された「金田一少年の事件簿」探偵手帳をもしも買ったという人は、感想を教えてほしい。

ただ、それ以外の商品の選択肢が貧弱である。私なら、「5種類のうめき声を発し、ダイイング・メッセージも残せる被害者死にかけ人形」、「歴代凶器ベストテンキット」、「ブラックバスも引っかかる金田一少年ルアー」や、「彩色済み美雪とストーカーの対決ジオラマキット生写真付」みたいなものを売ってほしい。

長大な〈超アンケート〉の存在意義

マガジンは、3月と7月に超アンケートを行なっている。

これは、5ページにわたる長大なもので、ハガキも専用のものが綴じ込みになっている。

答えていくだけでも大変であるが、ここには少年マガジンの編集者の考えていることが数多く読みとれ、アンケートウォッチャーとしても大変に興味深いものである。

内容に関してはじっくり紹介していくが、ではなぜ3月と7月に超アンケートを行な

っているのだろうか?

◆3月超アンケートの理由（97、98年実施）

4月になると就職・進学で環境が変わる。それに伴い、雑誌を替える人、やめる人も出てくるだろう。そうした読者の代替わりの前にアンケートする必要があるのだろう。

それに、受験生と引っ越しをする人以外、3月はヒマである。長いアンケートにも答えてくれるはずである。

講談社側の理由としては、新入社員にアンケート集計をさせることで大変良い新人教育になるということがいえる。それを元に、ゴールデンウィーク休みに編集者は作戦会議をするのだ（ほとんどの雑誌は、ゴールデンウィーク前に合併号を出し、ゴールデンウィーク中は発行を休む。編集部にとっても、マンガ家をせかさなくて済むため、戦略に集中できる貴重な時間である）。

◆7月超アンケートの理由（96、97年実施）

学生は夏休みでヒマになるし、集計中にお盆休みになる。お盆進行後に編集者は作戦会議をするわけだ（ほとんどの雑誌は、お盆に合併号を出し、お盆中は発行を休む。これまた、編集部にとって貴重な時間である）。

出版界には、もう一つ、年末進行というものがあり、これは印刷・配送業者がお正月休みをとるためのものである。だから、お正月にも超アンケートをしてもよいようなものである。しかし、そうなるとアンケートは11月に実施しないといけないが、この時期は学生はけっこう忙しい。そして読者層の多くは「クリスマスプレゼント」や「お年玉」をもらう予定なので、相対的にプレゼントの魅力が下がる。編集者も正月は休みたいのか、年末の超アンケートは実施されてはいない。

【2】アンケートを解読する

ギャンブルマンガの開発を目指して

少年マガジンのアンケートは、新作の開発とフォローに活用されている。まずはギャンブルに注目してみよう。

【少年マガジン　アンケート96年　しめきり／11月2日】

●ギャンブラーをテーマとするマンガについて質問します。

[F] どういう内容のものを読みたいですか?

01 実在のギャンブラーをドキュメントタッチで描く話　02 フィクションの主人公が、ひとつのギャンブルに熟達していく話　03 フィクションの主人公が、さまざまなギャンブルに挑んでいく話

［G］どのような掲載形式で読みたいですか？

①ＭＭＲのような前後編で完結する読み切り形式　②4～6週1シリーズが完結する短期集中連載形式　③通常の毎週連載

［H］次の実在のギャンブラーのうち、興味があるのは誰ですか？

①プロ棋士に連戦連勝する強さを持ちながら悲運の生涯を送った真剣師（賭け将棋師）の話　②麻雀の神様として伝説的な強さを誇りながら、後年、小説家としても活躍した麻雀プロの話　③パチンコを研究しつくし、次々と新台の攻略法を編み出していく達人グループの話　④40年間にわたって株を巧みに売買し「百戦百勝男」と恐れられた伝説の相場師の話

［I］キミが興味のあるギャンブルは何ですか？　3つ選んでください。

①競馬　②麻雀　③カードゲーム（ポーカー、ブラックジャックなど）　④ルーレット　⑤パチンコ　⑥オートレース　⑦競輪　⑧バカラ　⑨競艇　⑩ブックメーカー　⑪株式取引　⑫先物相場　⑬その他

［J］キミが将来、実際にやってみたいギャンブルは何ですか？　前問（I）の番号で答えてください。

設問［F］の選択肢は、ストーリー展開を選ばせるものだが、選択肢③は、どちらかというとギャグになってしまいそうな話だ。さまざまな格闘技に挑戦した「1、2の三四郎」のギャンブル版になるのか？それとも競馬、麻雀、そのほか多数のギャンブルを渡り歩いた大橋巨泉の生涯を描くとそうなるのか？

少年ジャンプと差別化したいマガジン編集部としては、①か②を選んでほしかったと思われる。

設問［G］は連載方法を尋ねている。マガジンでは、掲載形式を3種に分類していることがわかる。このアンケートの時点では、短期連載を想定していたのか、通常の毎週連載を3番目の選択肢にしている。

設問［H］でトップにきている選択肢①では、当時ＮＨＫの連続ドラマ「ふたりっ子」で描かれた、真剣師の世界を当て込むマンガを企画していたことがわかる。将棋マンガは、昔はつのだじろうが良く描いていたし、現在も人気将棋マンガが他誌で連載されている。「月下の棋士」作・能条純一は93年11月に1巻が出て以来、今も連載されており、メディア展開も行なっている。マンガではおなじみの世界である。

②はもちろん『麻雀放浪記』の著作で知られる「阿佐田哲也」のことである。

③は、パチンコが主婦層まで巻き込むブームとなったので企画にのぼったのであろう。パチンコマンガでは、「釘師サブやん」（原作・牛次郎）が有名であるが、現在はマイコンのプログラム解読など、攻略法は当時よりさらに複雑化している。

パチンコ攻略雑誌も数多く出ており、マンガを掲載しているものもある。マガジン

のお手並みを見たいところであった。

04も、テーマとしては面白い。ネタ本は『希代の相場師是川銀蔵』著・中村光行と思われる。株式売買の仕組みを説明しながらストーリーを展開するノウハウもマガジンは身につけている。ただ、バブル崩壊後であるから魅力があるかどうかわからず、4番目に配置されたのだろう。

［Ｉ］12では、先物相場をギャンブルとして選択肢にしている。それすらもマンガ化可能としているのだ。

ギャンブルマンガ連載開始！

97年7月の超アンケート掲載号に、「勝負師伝説　哲也」が初登場する。設問にも登場する。

【少年マガジン　アンケート97年　しめきり／7月26日】

［4］新連載『勝負師伝説　哲也―雀聖と呼ばれた男―』について質問します。

（A）キミは「阿佐田哲也」という人物を知っていましたか？

01詳しく知っていた　02名前は聞いたことがある　03まったく知らない

（B）キミはギャンブルをしますか？

01よくする　02たまにする　03まったくしない

（C）この漫画についてキミが感じたことを1つ選んでください。

01「勝負師」というテーマが新鮮でよかった　02「阿佐田哲也」という実在の人物への興味が湧いた　03ギャンブルシーンに迫力があってよかった　04「勝負とは運のやりとり」という考え方がおもしろかった　05内容や絵が大人っぽく、あまりおもしろくなかった

（D）この漫画の「絵」について、どう思いましたか？

01すっきりした絵で読みやすい　02登場人物の表情に凄味があってよい　03当時の時代状況や雰囲気がよく表現されている　04絵が白っぽくて物足りない

現在も「勝負師伝説　哲也」は連載を続け、人気マンガとなった。「ギャンブラー」のテーマでアンケートを行なってから、半年以上の準備期間をおいての連載開始、それも単発ではなく、「通常の毎週連載」というマガジンの王道を行く形式である。しかも、ただ単に阿佐田哲也の『麻雀放浪記』をマンガ化するのではなく、独自に取材して、新たな「原案」を作って「阿佐田哲也」の人生を描いているのである。

相当の準備をしてのスタートである。

マガジンでは、新連載の時には必ずフォローのアンケートを行なっている。新製品の反応を調査して反映させることが、人気調査で作家にプレッシャーを与えるよりも重要と考えているようだ。

また、新連載アンケートで、読者からの反応が十分に得られるよう、ページ数も多

く、目立つよう配置してある。ネタの仕込みに限らず、ヒット商品の開発にそれだけ手間暇かけているのである。

マガジンはテーマの面白さには自信があったようだが、心配事があったようだ。

設問（C）は、麻雀の場面が、マンガの見せ場としてうまく読者に伝わるかどうか、また、少年誌向けではないのではないかという心配をしていることがわかる。

現在も麻雀雑誌、麻雀マンガ雑誌は存在するのである。内容はかなりオタク化しており、麻雀をしない読者には、とても読めない雑誌になっている。「哲也」は麻雀描写には、かなり工夫して、麻雀をしない読者にも受け入れられるよう開発したつもりではあったが、不安を隠しきれない設問である。

設問（D）では、この実在の人物ではあるが、ドキュメントではないこの作品の表現が「絵」として受け入れられるかの心配である。選択肢③は、当時の風俗の調査をかなり行なってから作品化していることをうかがわせる。

この作品はアンケートの結果も良好であったのだろう。麻雀の場面は迫力を増しているし、マンガとしては骨太なストーリー展開で、読者の興味を引く独自の地位を築いたといえる。

ギャルコメも取り込んでしまえ！

【少年マガジン　アンケート96年　しめきり／10月26日】

●マガジンで新たに「ギャルコメディ」が連載されるとしたら

[F] どんな話を読んでみたいですか？　次の中から1つ選んでください。

①Hだけど結構もてる主人公が、同級生や先生、近所の女子大生や美人OLたちとかわるがわる恋をする『ときめきメモリアル』や『同級生』のようなラブコメ　②新前美人アナウンサーが体当たりでちょっとHな取材や番組にチャレンジしていく話　③美人女教師と主人公の男の子とのちょっとアブナいラブストーリー　④複数の女の子が登場し、三角・四角関係をくりひろげる『ロングバケーション』のようなラブストーリー　⑤美人アイドルが主人公の芸能界を舞台にしたラブコメ　⑥超能力を使える主人公が、力を使って次々とHなことをする話　⑦美人婦人警官コンビのアクションコメディ

[G] キミがマガジンで「ギャルコメ」を読んでみたい漫画家を次の中から1人選んでください。

①玉越博幸（BOYS BE…）　②河方かおる（もっとGOODキッス！）　③カジワラタケシ（純平美女ON!!）　④大黒隆（JUNの戦場）　⑤赤松健（A・Iが止まらない！）　⑥野々村秀樹（心霊調査室OFFICE麗）　⑦宇野比呂士（ストーンバスター！）　⑧小林俊彦（ハーフコート）　⑨永野あかね（猫でゴメン）　⑩いもとさちこ（FLIP！）　⑪出口竜正（命～紅の守護神）　⑫石垣ゆうき（MMR）　⑬岡田鯛（イクミの秘密）　⑭平沢

たかゆき（だからキミにキッス!!）⑮八神ひろき（DEAR BOYS）

マガジンはギャルコメの開発も計画していた。「ギャルコメ」というマンガ業界用語の定義は、この設問を読んでいくとわかるようになっている。

現在、これにズバリ該当する連載はなく、読み切り連載である「BOYS BE…」が、ときどき2週連続の話になっている程度である。

設問［F］の選択肢を見ていくと、『ときめきメモリアル』や『同級生』のような疑似恋愛ゲーム（『同級生』は疑似セックスゲーム？）の人気に目をつけたこと、フジテレビの女子アナウンサー人気や、フジテレビの木村拓哉主演ドラマの人気を分析し、マンガに取り込もうという意図が感じられる。今は見る影もないが、フジテレビが調子に乗っていた頃のアンケートである。

「美人女教師」、「美人アイドル」、「Hな超能力者」はギャルコメの定番ともいえるもので、これらのポイントが高ければ、いつでもマンガ化の用意があった。しかし、ギャルコメは少年ジャンプや少年サンデーではお馴染みのものであるだけにマガジンは連載化には慎重であるようだ。

それにしても、選択肢⑦はモロに藤島康介「逮捕しちゃうぞ」ではないか。このポイントが多ければ、同じ講談社の月刊アフタヌーンから連れてきて連載させる気があったのか？

［G］の選択肢は、可愛い女の子が描ける作家を並べているが、江川達也や桂正和は載っていない。ということは、選択肢の作家はマガジンがコントロール可能な作家ということになるだろう。

選択肢の最後の八神ひろきは最近ミスターマガジン連載の「G—taste」の女性描写で人気があり、コントロールしにくくなったのかもしれないが、ここにマガジンの選択眼を感じる。

現在もギャルコメ単独の連載はないが、このアンケート結果は、「MAX太田」や、「人間凶器カツオ！」のストーリー展開には役立っているようである。どちらも最近の展開はギャルコメである。

「MAX太田」新連載フォローアンケートを見てみよう。

ギャルコメの要素取り込みに努力したことがわかる。

【少年マガジン　アンケート98年　しめきり5月2日】

●新連載『MAX太田』について質問します。

［F］この漫画の感想を一つだけ選んでください。

①太田のキャラクターがよかった　②女の子がカワイかった　③古山のキャラクターがよかった　④野球シーンに迫力があった　⑤栗田のキャラクターがよかった

［G］今後、読みたい展開を次の中から1つ選んでください。

①太田が天性の才能で大あばれする話　②

太田が努力して成長する話 03太田の女の子とのラブ・ストーリー 04太田の女の子とのHな話 05古山が悪ヂエを働かせて活躍する話 06栗田が太田や古山にふりまわされる話 07太田たちの高校の野球部が他の強豪校の野球部を倒し、どんどん勝ちあがっていく話

設問［G］の選択肢01〜02がマガジン路線、03がサンデー路線、04〜06は青年誌路線。最後の選択肢07がジャンプ路線。最後にジャンプ路線を配置したあたりに、「ああはなりたくない」という強い意志を感じる。

【少年マガジン　アンケート98年　しめきり6月20日】には「人間凶器カツオ！」の「今後どんな話が読みたいか」という設問があり、選択肢03は、「新しく出会った女の子と恋愛する話」である。

今つきあって（？）いる娘は本命でないことがわかってしまうのだが、「MAX太田」、「人間凶器カツオ！」ともども、アンケートの回答率によって今後の「ギャルコメ度」が変化するのであろう。

また、新しい試みとして、「スター恋愛伝説・つんく」という芸能ネタで単発のギャルコメを本誌初登場のマンガ家に描かせ、これもアンケートでフォローしている。（注3）その後、このシリーズを見かけないが、反響が良くなかったのであろうか。

注3／【少年マガジン　アンケート98年　しめきり　4月4日】読み切り企画『スター恋愛伝説・つんく』について質問します

社会派マンガ・シリーズ——次の企画は？

1991年秋、少年マガジンに登場した、チェルノブイリ原発事故、薬害エイズ、など読み切りの社会派マンガ・シリーズは、反響を呼び、一定の評価を得ている。

私も、薬害エイズ事件での厚生省の非道さをこの連載で知った者である。

このテーマ開発もアンケートで行なっている。

【少年マガジン　アンケート96年　しめきり／7月13日】

［7］今週号のドキュメントコミック『心の架け橋〜ある母子の挑戦〜』について質問します。

［A］この漫画を読んだ感想は？

01感動的でよかった 02テーマが身近に感じられずピンとこなかった 03盲、ろう福祉の問題に関心がもてた 04つまらなかった

［B］次の中でドキュメントコミックでキミが読んでみたいテーマはどれですか？

01沖縄の基地存続に反対する大田沖縄県知事の話 02薬物中毒患者を更生させる画期的な施設の話 03若者が都会へ行ってしまい、過疎化の進む村を救おうと、村おこしにかける村長の話 04宇宙への夢をかけ、人工衛星で世界レベルに立った技術者たちの話

［C］ドキュメントコミックシリーズでは『出口のない海』『AIDS』がノベルスとして発売されていますが、キミはこの本を
⓪①知っている　⓪②持っている　⓪③知らない

設問［B］の選択肢⓪④がマンガ化されたのは最近であり、テーマを長く暖めていることがわかる。社会派のネタを多く用意している。

【少年マガジン　アンケート96年　しめきり／11月16日】

●読み切り『バーチャファイターを創った男たち』について質問します。
［F］今回のような実録漫画で読みたいゲームを1つ選んでください。
⓪①スーパーマリオシリーズ　⓪②ファイナルファンタジーシリーズ　⓪③ドラゴンクエストシリーズ　⓪④ストリートファイター2シリーズ　⓪⑤ときめきメモリアルシリーズ

［G］次の最先端の技術開発をテーマとした実話ドキュメントマンガの中でキミが読んでみたいものを2つ選んでください。
⓪①四畳半の自宅から会社を始め、何度も倒産の危機にさらされながらも、日本一のワープロソフトを作り上げた夫婦の話　⓪②日本で初めてF1レースに参戦し、何の経験もないところから優勝にこぎつけた自動車技術者の話　⓪③食糧危機に挑戦するため、バイオ技術を使って、一株に何千個ものトマトを実らせた男の話　⓪④大メーカーから飛び出し1万円を切る家庭用ゲーム機を作り、空前のブームを起こしたエンジニアの話　⓪⑤まったく何の知識もないところから、手探りで世界初の胃カメラを開発した2人のエンジニアと医師の話　⓪⑥戦争中、抜群の指導力で歴史に残る優秀な戦闘機・零戦を作った男の話　⓪⑦世界最大のコンピュータメーカーに単身挑み、国産独自の大型コンピュータを作り上げた伝説のエンジニアの話　⓪⑧食品を超低温状態におくことで品質改善を図る技術を確立した人の話　⓪⑨次々と革命的なアイディアを盛り込んだバスケットシューズを作り上げた男の話　⑩鉄よりも強い新素材の開発に賭ける男たちの話

設問［F］の選択肢は、メーカーで並べると任天堂、スクエア、エニックス、カプコン、コナミである。まずセガのソフトをマンガ化してしまったので、この序列はかなり気を遣った配列である。ゲーム会社は大事な広告主であり、グラビアのネタであるのだから。SNKが入ってないが、当時パッとしたソフトがなかったのであろう。
設問［G］の選択肢⓪①はジャストシステム。徳島の自宅は四畳半だった。しかし、最近はマイクロソフトに押されて赤字を計上し、リストラの最中である。黒字になった時がマンガ化のタイミングであろう。
選択肢⓪②はホンダ、選択肢⓪④は亡くなったゲームボーイ開発者のことであろうし、選択肢⓪⑤はオリンパスの内視鏡の話で、吉村昭の小説『光る壁画』が元ではないかと

推測される。様々な分野を調査したこと、また、どのようなものでもマンガ化できるという自信を感じさせる。

【少年マガジン　超アンケート98年　しめきり／3月20日】

［7］週刊少年マガジンでは医学や競馬の世界を漫画にしていますが、キミは次の中のどの世界を漫画で読んでみたいと思いますか？　3つ選んでください。

①カメラマン　②アパレル業界　③テレビ局　④お笑いタレント　⑤特殊部隊　⑥パイロット　⑦音楽プロデューサー　⑧アニメ声優　⑨ＤＪ　⑩ピアニスト　⑪バレエダンサー　⑫ヘアメイク　⑬総理大臣　⑭特撮技術　⑮スチュワーデス　⑯安売り店　⑰仕置人　⑱サギ師　⑲宝さがし　⑳スキューバ　㉑占い師　㉒ソムリエ　㉓古美術　㉔女医　㉕家政婦　㉖漫画家　㉗サラリーマン　㉘動物園　㉙水族館　㉚ＣＭ　㉛受験　㉜裁判　㉝刑事　㉞サバイバル　㉟車のチューンナップ　㊱新聞記者　㊲ヤクザ　㊳レスキュー隊　㊴カジノ　㊵ハッカー　㊶古代史の謎　㊷アイドル歌手　㊸株取引　㊹モデル　㊺科学者　㊻バイオ技術　㊼超能力者　㊽ホラー　㊾フリースクール　㊿貧乏海外旅行　(51)時代劇　(52)大富豪　(53)怪盗　(54)大地震　(55)忍者　(56)劇団　(57)映画俳優　(58)アニメ　(59)就職活動　(60)農業　(61)探偵　(62)ホテル　(63)喫茶店　(64)留学　(65)アウトドア　(66)趣味のカメラ　(67)バイクショップ

当世流行りもの一覧、という趣きで、選択肢が67もある。⑪バレエダンサーや㉓古美術では、テレビコマーシャルで人気の人がいるのでわかるのだが、㉔女医とは何だろう？「Ｄｏｃｔｏｒ　Ｋ」のＫＥＩのことか？　⑰仕置人とは、藤田まことのことか、それとも怪しいビラで顧客を募集する「平成の仕置人」のことだろうか？

㉛受験、㊾フリースクールや(59)就職活動、(64)留学という選択肢から、マガジンの読者年齢がある程度高いということがわかる。それら進路にかかわる選択肢を近寄らないよう適当に間をおいて配置するのも、読者に嫌がられないためのアンケート作成のテクニックであろう。

(66)趣味のカメラとは、ライカ収集のことだとすると年齢が高すぎるような気がする。

また、ギャンブル、ギャルコメのネタも適当に散らばっている。そうか、㉔女医はギャルコメ開発に関係あるのか。

いずれにしても、調査力、マンガ化開発力を感じさせる。

「ＭＭＲ」が追う、次の危機は？

読み切り連載のもう一つの柱として、「ＭＭＲ」がある。

ドキュメントというには話がトンデモネタばかりを専門に扱う、怪奇現象探求シリーズである。このテーマもアンケートで募集している。

【少年マガジン　アンケート97年　しめきり／8月30日】

●『MMR』について質問します。

[G] 最近、キミが最も身近に感じる異変を2つ選んでください。

①クローン技術の発達　②マインドコントロールなどによる洗脳　③（特に低年齢層への）麻薬汚染の拡大　④インターネットなどのメディアの発達にともなう個人情報の流出　⑤脳死を容認する動き　⑥大都市に見られる人間関係の希薄化　⑦一般市民への無差別テロ　⑧管理教育などが青少年に及ぼす悪影響　⑨原因不明の病気の蔓延

[H] 次の中でキミが信じているものを全てあげてください。

①非常に発達した古代文明の存在　②火星人などの地球外生命体の存在　③予知能力などの超能力　④前世の存在　⑤ノストラダムスの予言

設問［G］で異変を2つ選択させるあたりは、最近異変が多くて一つに選びきれない状況を考えてのことであろう。脳死容認も異変ととらえられている。［H］の選択肢は、どちらかといえばありきたりである。定番のノストラダムスは最後に置かれている。これが、次のアンケートにつながっている。

【少年マガジン　アンケート98年　しめきり1月24日】

●『MMR緊急報告　海底遺跡の謎を追え!!』について質問します。

[F] 今回作中で掲載した海底神殿の写真の感想を次の中から選んでください。

①迫力があり大変驚いた　②大して迫力のある写真ではなかった　③漫画の中に写真が入ると違和感があった　④違和感はなかったが写真自体が少し見にくかった

[G]「MMR」が以前から注目しているノストラダムスの大予言「1999年地球滅亡説」についてどう思っていますか？　次の中から選んでください。

①予言通り1999年地球は滅亡すると思う　②1999年ではないにしても近い将来必ず滅亡すると思う　③滅亡はしないが1999年に地球に何かが起こると思う　④1999年に地球が滅亡することも何かが起こることもないと思う

[H] 仮に地球が滅亡するとしたら、その原因は何だと思いますか？　次の中から選んでください。

①戦争　②疫病の蔓延　③洪水・地震などの自然災害　④放射能などによる科学汚染　⑤宇宙人の襲来　⑥大気汚染などの環境破壊　⑦隕石の地球への激突　⑧麻薬汚染

設問［F］は、突然マンガの中に見開きのカラー写真が入った構成の是非を問うものである。私が見てもあまり成功したとは

言えない手法だが、表現の実験としては評価できる。

　現在のマンガ表現は保守化しすぎである。実験できないところには進歩はない。マガジンには実験する余裕がある。

　そして「MMR」最新版（98年23-24号）では、「1999年への秒読み」として形態共鳴を扱っている。［H］の選択肢から選ばれたものではないようだが、一種の環境破壊であり、選択肢⑥に相当する。また、それによる凶悪犯罪増加を描いている。そして、その号のアンケートでも、

【少年マガジン　アンケート98年　しめきり5月23日】

●『MMR緊急報告1999年への秒読み』について質問します。

［I］キミが最近、一番恐怖に感じていることは何ですか？　次の中から1つ選んでください。

①凶悪犯罪に巻き込まれること　②戦争への日本の参戦　③クローン人間の増加　④悪性ウイルスの蔓延　⑤彗星の地球激突

　前回の選択肢数8個から5個に選択肢が絞られてきている。選択肢①は凶悪犯罪である。昨年から、凶悪犯罪の報道が多く、編集部の関心もここにあるようだ。

　映画「ディープ・インパクト」協賛なら次回は選択肢⑤であろうが、来年にかけては選択肢①〜④が描かれていくのだろう。編集部は①を選ぶことを期待しているようだ。

　いずれにせよ、「1999年」はまだまだ商売になる。

ライバルを研究せよ！

　他誌調査もアンケートの大きな目的であり、年2回の超アンケートでは必ず質問項目となっている。標的とする週刊少年ジャンプに連載中の漫画については、97年7月の超アンケートまでは、すべての連載マンガを選択肢として、

［A］おもしろいと思う漫画を最大5つまでえらんでください。（読んでない人は無回答も可）

［B］一番感動する漫画を1つ選んでください。

［C］最近つまらなくなってきた漫画を1つ選んでください。

［D］この漫画を読みたくてジャンプを買っているという漫画を1つ選んでください。

と、細かく分析している。ジャンプ首位の秘密を探ろうとしている。

　週刊少年サンデーに関しては、やはりすべてのマンガを選択肢として、

［A］週刊少年サンデーでおもしろいと思う漫画を最大5つまで選んでください。

とあっさりしている。ライバル意識に差があるのだ。

　さらにそれ以外のマンガ誌では、以下のような調査をしている。

【少年マガジン　超アンケート96年　しめきり／7月13日】

［14］

［B］次の他誌に連載している漫画の中でおもしろいと思うものを最大3つまで選んでください。

①エンジェル伝説　②自由人HERO　③怪傑蒸気探偵団　④ドカベン・プロ野球編　⑤浦安鉄筋家族　⑥グラップラー刃牙　⑦甘い生活　⑧ゴールデンボーイ　⑨高校鉄拳伝タフ　⑩東京大学物語　⑪美味しんぼ　⑫HAPPY!　⑬おたんこナース　⑭いいひと。　⑮釣りバカ日誌　⑯MONSTER　⑰お～い！竜馬　⑱1ポンドの福音　⑲バッド・ボーイズ　⑳修羅の門　㉑DEAR BOYS　㉒3×3EYES　㉓代紋TAKE2　㉔ANGEL♡BEAT　㉕頭文字D　㉖シャコタン・ブギ

少年誌、青年誌まぜこぜである。少年チャンピオンは、一部選抜である。つまり、少年チャンピオンの連載マンガでは、ここに選ばれたものはマガジン編集部が注目しているものであり、他はマガジンのマンガのライバルとは思われていないのである。

マガジン編集部が、どのようなマンガを読み込んでいるかわかる、興味深い選択肢である。佐々木倫子が「おたんこナース」でノミネート。取材を生かすマンガづくりがマガジンに好まれているのか？

マガジン編集部にとって、「DIME」はクルマ雑誌だ

【少年マガジン　超アンケート97年　しめきり／3月22日】

［11］

［A］よく読む漫画以外の雑誌を次の中から3つ選んでください。

①ホットドッグプレス　②ポパイ　③BOON　④COOLトランス　⑤GET ON　⑥チェックメイト　⑦メンズノンノ　⑧その他のファッション雑誌　⑨ぴあ　⑩トーキョーウォーカー　⑪ザ・テレビジョン　⑫その他のテレビ情報誌　⑬DIME　⑭BE-PAL　⑮CARトップ　⑯ベストカー　⑰その他のクルマ雑誌　⑱じゃマール　⑲スコラ　⑳宝島　㉑週刊プレイボーイ　㉒BOMB　㉓デラべっぴん　㉔アップ・トゥ・ボーイ　㉕その他の女の子グラビア雑誌　㉖SPA!　㉗週刊ポスト　㉘週刊現代　㉙日経トレンディ　㉚フラッシュ　㉛フライデー　㉜フォーカス　㉝ファミ通　㉞Vジャンプ　㉟その他のゲーム雑誌

［B］キミがよく買って読むマガジン以外の漫画雑誌を3つ選んでください。

①週刊ジャンプ　②週刊サンデー　③週刊チャンピオン　④月刊ジャンプ　⑤月刊マガジン　⑥ヤングマガジン　⑦ヤングジャンプ　⑧ヤングサンデー　⑨ビッグコミックスピリッツ　⑩スーパージャンプ　⑪ビジネスジャンプ　⑫ビッグコミックオリ

ジナル ⑬ビッグコミックスペリオール ⑭漫画アクション ⑮モーニング ⑯コミックボンボン ⑰コロコロコミック ⑱少年エース ⑲ヤングキング ⑳ヤングアニマル ㉑マガジンスペシャル ㉒アフタヌーン

［12］はジャンプ、［13］［A］はサンデーに関する質問で前回同様。

［13］

［B］次の他誌の連載漫画の中でおもしろいと思うものを最大3つまで選んで下さい。

①湾岸ミッドナイト ②頭文字D ③工業哀歌バレーボーイズ ④ストッパー毒島 ⑤天然少女萬 ⑥代紋TAKE2 ⑦ドラゴンヘッド ⑧3×3EYES ⑨カイジ ⑩BAD BOYSグレアー ⑪荒くれKNIGHT ⑫特攻!アルテミス ⑬美味しんぼ ⑭東京大学物語 ⑮月下の棋士 ⑯サラリーマン金太郎 ⑰ホットマン ⑱新世紀エヴァンゲリオン ⑲修羅の刻 ⑳龍狼伝 ㉑エンジェル伝説 ㉒ドカベン・プロ野球編 ㉓グラップラー刃牙 ㉔オヤマ!菊之助 ㉕京四郎 ㉖鉄鍋のジャン! ㉗浦安鉄筋家族 ㉘ベルセルク ㉙ああっ女神さま ㉚無限の住人

設問［11］は、マンガ以外の雑誌の調査である。マガジンを売るには、どのような雑誌が読まれているか、その雑誌の人気は何かを探ることはもちろん、マンガ誌ではない雑誌のシェアを食う、というところまで考えている。

非マンガ誌以上の情報があれば、当然マガジンを買ってもらえるであろうし、また、そのような企画力もマガジンは持っている。

マガジン編集部が、雑誌をどう分類しているかを探ると、

（1）男性向けファッション雑誌 ①〜⑧
（2）テレビ情報誌 ⑨〜⑫
（3）クルマ雑誌 ⑬〜⑰
（4）女の子グラビア雑誌 ⑱〜㉕
（5）一般週刊誌・芸能誌 ㉖〜㉜
（6）ゲーム雑誌 ㉝〜㉟

という順で、マガジンは男性ファッションに興味を持っていることがわかる。

ファッション雑誌を読む層を、もっともマンガ誌から遠い層と考え、これを取り込むことを計画していたのだろう。ギャルコメ開発にも重要な分野である。

さすがにファッションマンガはまだ掲載されていないが。

DIMEやBE-PALを「クルマ雑誌」ととらえ、じゃマールを「女の子グラビア雑誌」と分類しているのが、マガジン編集部の観点（雑誌の用途別分析）をうかがわせて興味深いのである。DIMEやBE-PALの、車以外のページをマガジンは評価していないのである。じゃマールは、実は「彼氏募集の女の子のプリクラ満載雑誌」であるという正しい解釈を教えてくれる。

ゲーム雑誌は、もっとたくさんあるはずだが、とりあえずファミ通と、ライバルの少年ジャンプの姉妹誌を押さえておけばいいという判断であろう。

マガジン編集部が狙う旬のマンガと、もう終わってるマンガ

また、[13]の[B]、他誌のマンガの選択肢を「超アンケート96年しめきり／7月13日」と比較すると、マガジン編集部の注目するマンガの浮き沈みがわかる。ヤングマガジン系が躍進し、少年チャンピオンはぐっと後退している。このアンケート時、「勝負師伝説　哲也」は連載準備中であったが、やはり気になるのか⑮で「月下の棋士」が登場している。「浦安鉄筋家族」は、なんとか生き残っている。これはアニメ化されました。

㉙、㉚は講談社アフタヌーンから。社内でも対抗意識があるのだろうか。藤島康介は狙われている。

【少年マガジン　超アンケート97年　しめきり／7月26日】

[14]はジャンプ、[15][A]はサンデーに関する質問で前回同様。

[15][B]は、他誌のマンガではなく、「週刊少年サンデーで一番おもしろいと思う漫画を選んでください」という設問になっている。この時期、ジャンプからの首位奪回が見えてきて、少年チャンピオンやその他の青年誌などはライバルに値しないことがわかったのである。

そして、一見同じに見える設問にも変化が見られた。

98年、首位奪回後の超アンケートでは、

【少年マガジン　超アンケート98年　しめきり／3月20日】

[10]週刊少年ジャンプに連載中の漫画について質問します。次の番号で答えてください。

①ハンター×ハンター　②ホイッスル！　③ONE PIECE　④るろうに剣心　⑤I's〈アイズ〉　⑥たけし！　⑦ROOKIES　⑧河童レボリューション　⑨明稜帝梧桐勢十郎　⑩地獄先生ぬ～べ～　⑪少年探偵Q　⑫花さか天使テンテンくん　⑬BφY　⑭WILD HALF　⑮こちら葛飾区亀有公園前派出所　⑯遊☆戯☆王　⑰ジョジョの奇妙な冒険　⑱封神演義

[A]おもしろいと思う漫画を3つえらんでください（読んでない人は無回答も可）。

[B]マガジンの連載だったらいいな、と思う作品を1つ選んでください。

[C]単行本を持っている（発売したら買いたい）作品を最大5つまであげてください。

前回と比べ、「おもしろいと思う漫画を最大5つ」が「3つ」になっている。もはや、ジャンプにおもしろいマンガは5つもない、ということを表わしている。

日本映画ベスト10を選ぼうにも、観るに値する日本映画が1年に10本もないため、選ぶのが苦痛であるのと同じ理由で、親切な編集部は回答数を減らしたのである。

選択肢の順番は、マガジン編集部の注目

する順番である。「封神演義」が最後となっており、この作品のヤマが終わったことを示している。
［B］「マガジンの連載だったらいいな」は新しい設問である。ジャンプはマンガ家との専属契約で流出を防いでいたが、もはや障害にならないとマガジンが判断したのだ。また、「こづかい」調査（注4）で、マンガにかけるお金が減少傾向にあるという結果が出たのではないかと思われる。今まで2誌買っていたものが、1誌に絞らなくてはいけない読者をつなぎとめるには？　1誌で間に合うようにすれば、その雑誌は生き延びる。
［C］の単行本に関しても新しい設問である。マンガ誌は、連載の単行本化で利益を出す構造になっているので、ここにおけるお金の流れも気になるであろうし、傾向もつかみたい。
「マンガ文庫」が旧作を次々発売し、人気を集めていることも意識しているのだろう。単行本の権利をとってきて売ることも戦略の一つである。
　次の設問では、

［11］週刊少年サンデーに連載中の漫画について質問します。次の番号で答えてください。

①H2　②名探偵コナン　③め組の大吾　④DAN　DOH！　⑤烈火の炎　⑥犬夜叉　⑦MAJOR　⑧エンヤKODOMO忍法帖　⑨からくりサーカス　⑩じゃじゃ馬グルーミン★UP！　⑪タキシード銀　⑫ガンバ！フライハイ　⑬GS美神　極楽大作戦!!　⑭なぎさMe公認　⑮ARMS　⑯"LOVE"　⑰ファンシー雑技団　⑱デビデビ　⑲俺たちのフィールド　⑳アクシデンツ　㉑ゲイン　㉒モンキーターン　㉓風の伝承者

［A］おもしろいと思う漫画を3つえらんでください（読んでない人は無回答も可）。
［B］マガジンの連載だったらいいな、と思う作品を1つ選んでください。
［C］単行本を持っている（発売したら買いたい）作品を最大5つまであげてください。

　もはや、少年チャンピオン以下の他誌は設問されていない。面白いと思う漫画は、ここでも「3つ」選ぶようになっている。
　選択肢の順番は、マガジン編集部の注目する順番である。選択肢①H2、②名探偵コナンと続くのは、それらがマガジン掲載マンガのライバルと認めているからである。
　そして「マガジンの連載だったらいいな」の設問はやはりマンガ家の引き抜きを考えている。メジャーリーグの野茂も、シーズン中にドジャースからメッツに移籍した。マンガ家も、連載中に移籍することだって今後ないとは限らない。
　他誌の連載マンガだけでなく、単行本の売れ行きも気にしている。限られた「こづかい」をどうすれば自分に引き寄せられるか、研究しているのだ。
　こうして眺めると、他誌調査の設問の推移が、マンガ誌の力関係をも表わしていることがわかる。

注4／【少年マガジン　超アンケート98年しめきり／3月20日】
［9］［A］キミは携帯電話やPHSを持っていますか？
［B］毎月のこづかいはどのくらいですか？

連載作家にもプレッシャーを

少年ジャンプのアンケートは、作家へ絶え間ないプレッシャーを与え続けた。少年マガジンのアンケートも、新作開発、新作フォローだけではなく、既成作家へのプレッシャー材料を収集する設問を設けている。

年2回の超アンケートには毎回以下のような設問がある。

【少年マガジン　超アンケート97年　しめきり／3月22日】

［4］マガジンの漫画の欠点と思われるものを次の中から3つ選んでください。

①つまらない連載漫画が長く載っていて新連載の数が少ない　②いつまでも同じ話が続きストーリー展開の遅い漫画が多い　③漫画のジャンルがかたよっているように思える　④漫画1本の内容がうすくて読みごたえがない　⑤まったく読まない漫画の本数が多い　⑥全体に小粒な作品が多く、一本とびぬけておもしろい作品がない　⑦感動する漫画が少ない　⑧読み切りシリーズがマンネリでつまらない　⑨迫力のある男っぽい漫画が少ない　⑩かわいい女の子が活躍する漫画が少ない　⑪毎週かかさず読みたい漫画が少ない　⑫絵に魅力のある漫画が少ない　⑬ギャグ漫画がやや多すぎる　⑭新人の読み切り漫画が少ない　⑮内容のむずかしい漫画が多い　⑯スポーツの記事が少ない　⑰プレゼントがイマイチ　⑱好きなアイドルが登場しない　⑲水着グラビアが少ない　⑳ゲームの特集が少ない　㉑アイドル以外のカラー記事がつまらない　㉒ピモピモ広場がつまらない　㉓目新しい記事が少なくワンパターン

ここで選択肢①のつまらなくて長い連載とは、「新・コータローまかりとおる！」であろう。このマンガを読んでいる人はどれだけいるのだろうか。人気作品の上位に登ってこない作家に対しては、単に人気がないというよりも、こういう面から責めていくほうがよりプレッシャーであろう。

選択肢②も「新・コータロー～」や「金田一～」の連載が長くなりすぎたことを心配している。

選択肢③は、マガジンにSFやファンタジー系のマンガがなく、ジャンプはファンタジー系が多いことを気にしてのものであろう。

選択肢⑤は、特定のマンガの人気にのみ頼ると、その連載終了とともに購読を止められてしまうことを警戒してのことだろう。柱となる連載があるうちに、他のマンガの面白さにも気づいて欲しいという望みが託されている。

選択肢⑥～⑦は、ソフトでいうキラーアプリケーション、かつて連載した「巨人の星」や「あしたのジョー」のような強烈な

作品を編集部が望んでいる事をマンガ家に伝えるための選択肢であろう。

選択肢⑧は、ドキュメントコミックとMMRのネタの鮮度を問うものであろう。マガジン編集部の調査能力を問うものである。

⑩で、ギャルコメ路線は相変わらずマガジンの課題であることがわかる。

⑭は、ビッグコミック系に当てはまる選択肢であるが、マガジンは新人開拓に努めている、応援してほしいという編集部の心が表現されている。

選択肢㉒の「ピモピモ広場」は、読者の文章、マンガの投稿ページである。これは、投稿しようという読者へのなげかけの選択肢である。

マガジン編集部は、他誌と比較しながら、自身の雑誌の欠点を良く分析している。そしてどの欠点から潰していくかを、マガジン編集部はいつも考えていることがわかるのである。

品質管理の手法では、まず不良の最も大きい原因から潰していく。この調査結果は、対策の優先順位を決めるためのものでもある。

もうやることがなくなってしまったと思える「金田一少年の事件簿」に対しても以下のアンケートで延命策を模索している。選択肢のうちの幾つかは、すでに作品となっていることは、ご存じの通りである。

【少年マガジン　アンケート97年　しめきり／8月30日】

●『金田一少年の事件簿』について質問します。

[F] 今後、読みたいタイプの事件を3つ選んでください。

01「秘宝島」や「墓場島」のような孤島を舞台にした事件　02「学園七不思議」や「首吊り学園」のような学園を舞台にした事件　03「魔術列車」のような乗物を舞台にした事件　04「金田一少年の殺人」のようなサスペンス　05「オペラ座館」や「蝋人形城」のような孤立した館を舞台にした事件　06「タロット山荘」のような犯人の視点から描く事件　07怪盗紳士が再登場する事件　08地獄の傀儡師が再登場する事件　09 4～6週程度で解決する短い事件　10七瀬美雪が解決する番外編的事件　11明智警視が解決する番外編的事件

殺人の舞台、キャラクターの再利用の選択肢である。連載が長くなり、「やり尽くし」の感があるなかで、もうしばらくは主力としてがんばってもらいたいため、さらにマンガ家を叱咤激励している。

「アンケート、ちゃんと読んでくれてるかな？」――編集部の心配

このように長大なアンケートを実施してきたため、本当に答えてもらえるのか心配した設問もある。

【少年マガジン　アンケート96年　しめきり／7月13日】

[11] マガジンのアンケートプレゼントにつ

いて質問します。

［A］キミはこれまで何回くらいマガジンのアンケートプレゼントに応募したことがありますか？

①今回が初めて　②2～5回め　③6～10回め　④11回以上

［B］応募しない時の一番の理由を次の中から選んでください。

①賞品に欲しい物がない　②質問の数が多く、答えるのがめんどう　③どうせ当たらないと思うから　④ハガキ代もかかるので、そんなにたくさんは出せない

選択肢②で、質問の数を気にしている。③は2年前の私の気持ち。④は、この物価安定、郵便番号7桁の時代にまったくそのとおりだと思う。アンケートハガキは、料金を割り引きにしてほしいものだ。

【3】アンケートの果てに

アンケートって何だ？

このようにアンケートを眺めてきたが、少年マガジンにとってアンケートとは、

（1）新作開発、特集テーマのネタの選択（集めたネタの選択をカンに頼らない。動物ネタの開発（注5）、大伴昌司（注6）以来の伝統のカラーグラビアのネタ選択（注7）にも活用している）

（2）業界動向、流行をとらえるデータ収集（他誌マンガについての詳細なデータを集める。こづかい調査も実施している）（注7）

（3）連載中の激励・活を入れる。ベテランにも手を抜かせない（マンガ家に指導とプレッシャー）

幅広い分野にわたる調査力、またそのデータをマンガや記事に生かす組織力、すなわちマンガ家をコントロールする能力があってこそのアンケートであり、そのような組織力のない雑誌には実施できないし、実施したところでそのデータを生かすことはできないのである。

マガジンの連載は、10～15週に1回連載を休ませる。そんな余裕もそこから生まれてくるのだ。

注5／【少年マガジン　アンケート96年　しめきり／11月9日】
［F］動物マンガについて質問します。
注6／「少年マガジン」カラー大図解　週刊少年マガジン編集部／編　講談社　1989.7　￥6900
注7／【少年マガジン　超アンケート98年　しめきり／3月20日】
［6］マガジンのカラー記事を読んでみたいと思うものを次の中から1つ選んでください。

アンケートでマガジンはどうなる？

悲願の首位奪回、しかし部数は400万部を超えたところで足踏み状態（注8）の少

年マガジンの今後はどうなるだろうか。
幾つかの予想をたててみる。

（1）芸術志向、作家主義の漫画家が離脱、新陳代謝が進む。

↓まだこのような傾向はないが、編集部のコントロール下で描いている内に実力を蓄えた作家はいずれ離脱し、青年誌や月刊誌に移動するであろう。

（2）マンガ以外の特集を増やし、総合誌化する。（小学生の総合誌、小学生の趣味のことならなんでもそろうコロコロコミックのように）

↓ジャンプは、ゲーム情報誌の性格を強めている。守りに入るマガジンも、今の主力マンガの完結前に、いろいろ仕掛けてくるであろう。

（3）講談社のアンテナショップとして講談社各誌のサンプル出品店となる。

↓レディスコミックなどの、新製品開発の場となる。せっかくの部数を生かして講談社の他の雑誌も各分野で首位を目指す。

さてどうなるであろうか。

注8／朝日新聞　1998.01.19　夕刊　5頁

アンケートは万能か？

アンケートはすべてに優先するのか？

アンケート万能であるなら、マガジンの連載の交代はもっと頻繁に起こるはずである。

どうやらそうではないらしい。マガジンとしては、作家の説得材料の一つととらえているようだ。

ハリウッド映画の方が、アンケートの威力は強い。試写会アンケートでの不評から『ブレードランナー』や『スターシップ・トゥルーパーズ』は作品を改変しなければならなかったと聞く。そこに、ハリウッド映画は多額の資金を投入した商品であることを思い知らされる。

アンケート万能で衰退していったのは少年ジャンプであろう。

どんな道具にせよ、使い方次第である。そしてマガジンは今のところ成功している。

ライバル誌はどう立ち向かうべきか

〈戦略1〉2番手を狙え

2番手戦略はもともと講談社の十八番であったのだ。他社で売れている雑誌があると、半年待たずに講談社から似たような雑誌が創刊されていたものである。出版界の松下電器とも呼ばれていたものであるが、いまや一番手になったので、他社はこれを追うことで、アンケートにかける膨大な手間、期間、費用を節約できるのである。

〈戦略2〉記事テーマいただき

少年マガジンのアンケートの中の、候補記事のテーマをいただきですぐ記事にする。

少年マガジンが掲載を検討している記事だから、受けるテーマに決まっている。少年マガジンが、他誌がアンケートをまねて

いることを知れば、ネタを盗まれないようアンケートは縮小するであろうが、まだそのような傾向は見られない。マガジンの調査力を利用するのである。

〈戦略3〉マンガストーリーいただき

少年マガジンのアンケートの中の、連載候補マンガ、そのストーリーのうち、マガジンで採用しないと思われるものをマンガ化する。ギャルコメ、動物もの、ファンタジー系が狙い目です。

〈戦略4〉マンガ家いただき

少年マガジンのマンガ家のうち、編集部のコントロールを外れたい作家を連れてくる。そして、自由に描かせてみると、新しいものができるかもしれない。

新人は何を持ち込むべきか

マンガを投稿する前に少年マガジンのアンケートを良く読んでおこう。

ここには、さまざまなストーリーのヒントが埋まっている。マンガをヒットさせるとはどういうことかも、感じることができる。

商業マンガは商品であり、自分が描きたいものはコミケ、稼ぐならこういう物、と割り切って描き分ければよいことである。

そして、商品として成立することの厳しさも感じることができるだろう。

【4】マガジンが求める「究極の少年マンガ」とは

最後に、少年マガジンの目指す「究極の少年マンガ」とは何か、アンケートの選択肢から探ってまとめてみた。

(1) 男っぽい主人公とかわいい女の子が登場する
(2) 話の展開が速い
(3) 絵に魅力がある
(4) 飛び抜けている
(5) 感動できる
(6) 主人公に心から応援できる
(7) わかりやすい

そしてなにより大切なことは、それが少年マガジンに連載され、作家を編集部がコントロールできることである。

参考文献：
週刊少年マガジン（講談社）
週刊少年ジャンプ（集英社）
週刊少年サンデー（小学館）
週刊少年チャンピオン（秋田書店）

【この講義の読み方】学長・岡田斗司夫

▼コミックマーケットに誰かを連れていくのは面白い。初めてその会場風景を目にした人は、もう例外なく絶望的なため息をつくからだ。▼「何なんですか、これは…」▼東南アジアの闇市より活気に溢れ、アラブのノミの市より雑多な空間。まさか日本でここまで「見たことがない光景」に出会えるとは思ってもいない彼らは、次に興奮し始める。▼「うわぁ、こんな本が売ってましたよ!」▼こんな時、僕のような老獪なオタクは彼の耳元で「コミケにはなんでもある」という有名な言葉を囁くのだ。もうここまでくればハマったも同然、興奮しきった彼は帰り道、「コミケには何でもあるって言うけど、●●本は見つかりませんでしたよ。僕、自分で作ろうかなぁ」と呟く。そう、これが「何でもある」の秘密、コミケの魔力なのである。▼岩田氏の講義は、この巨大な怪物コミケの全体像や歴史を把握しようとするものだ。おそらく前人未到の快挙である。これを読んで興味を持たれたあなた、ぜひ次のコミケにはいらして下さい。コミケにはあなたの望むものが、なんでもあるんですから。

協力:アニメージュ(徳間書店)

【講師略歴】岩田次夫 いわた つぐお

マンガ・同人誌の評論家(のようなもの)、本業は某流通業のSE。コミケットは79年に初めての一般参加、その後、ときおり休みがあったが81年以降は連続参加(82年からはサークル参加に変わる)。85年にコミケットのスタッフを経験し、86年以降は連続してスタッフとしてコミケットに参加、今に至る。コミケットでは「イワエモン」というキャラクターで昔は知られていた(実はこれも共同体幻想を強化する一つの手段ではあったのだ)。

「『場』としてのコミケット全体像を探る」

特講【コミケット研究】

【講師】…岩田次夫(同人誌評論家)

【1】定義としてのコミケット

誰にも見えてない巨大イベントの全体像

この本を読んでいる方の中で、「コミケット」という言葉を聞いたことがないという方は意外に少数派かもしれません。

もちろん、一般大衆というか、街中で通りかかる人たちを分母に取れば、コミケットの認知度は1～2%というところでしょうし、マンガを日常的に買って読んでいる人々（少年マンガの部数から見て、すべてのマンガ読者を合計すれば1000万人は超える）を分母にしても、1割を超えることはないでしょう。しかしながら、この本を読む「オタク」「オタクに興味がある人」を分母にすれば、おそらく認知度は過半数を超え、多数派であるかと思います。

この文章は、「コミケット」という言葉を知っていて、ある程度内容が判る（あるいはコミケットに参加したことがあったり、現在も参加している）人を対象に書かれています。コミケットをまったく知らないという方は、ここで一旦読むのを中断し、「現代用語の基礎知識」の「コミケット」の項目を読んでから、再度読みはじめてください。

とはいっても、これだけでは不親切ですから、一応、簡単に説明しておきます。「コミケット」は正式名称を「コミックマーケット」といいます。主催は「コミックマーケット準備会」という任意団体です。「（有）コミケット」という会社組織はありますが、会場や企業などの対外対応、税金処理などのために存在しているので、実際の運営は、「コミックマーケット準備会」というボランティア組織が行なっています。現在の代表はマンガ評論家の米澤嘉博氏です。

1975年12月に第1回のコミケットが開催され、ほぼ年に2～3回開催されて、1997年の12月で第53回が開催されました。

コミケットの内容の中心は、個人やグループで作成した自費出版物（同人誌）を出展者が持ち込んで頒布するというもので、フリーマーケットのようなものを思い浮かべていただければいいかと思います。

出展者のことを「サークル」と呼びますが、これはかつての参加形態が、学校の漫画研究会やマンガ・アニメのファンクラブであったことからきています。

これ以外にも、マンガ、アニメ、ゲームのコスプレのような表現や、企業などの参加もあって多様化しています。出展する「サークル」と呼ばれる参加者は、2～3日間の開催中に6～9万、参加者の総数は20～30万人に上り、こうした「自費出版物即売会」をメインにしたイベントでは最大のものになっています。

こうした概要を書けば書くほど、コミケットの姿は曖昧になっていきます、ある意味で蜃気楼のような存在といえるかも知れません。それでも「語るべき言葉を捜し、語るところから何かが生まれる」ということを信じて、書いてみましょう。

注／コミケットは現在開催されているいわゆる「自費出版物即売会」「同人誌即売会」

のようなイベントでは最も歴史があり、かつ最大のため、「自費出版物即売会」そのものを「コミケット」と呼ぶことが少なくありません。しかし、「コミケット」という呼び名はやはり「コミックマーケット」のみを指す方が間違いが少ないと思います。私はここでは「コミケット」＝「コミックマーケット」とします。同様の略称に「コミケ」がありますが、これまた一般名詞のようになりつつあるので、使用には注意が必要でしょう。

マスコミの好きなコミケットと、テレビには映らないコミケット

毎回、コミケットが開催されるたびにマスコミでの報道が行なわれます。

初期は風俗系というか「Ｈなアンダーグラウンドのマンガがやりとりされている」というスタンスが多く（そうです、内外タイムズとか東スポです〈笑〉）、そのうち「ネクラな青年の集まり、架空の美少女に熱中する社会不適合な人々」というような内容が多くなってきました。このような報道の頂点がいわゆる「宮崎事件＝幼女誘拐殺人事件」の頃であったような気がします。

当時コミケット準備会でスタッフをしていて、マスコミなどの問い合わせにあたふたした記憶があります。ＴＶでの報道が行なわれるようになったのもこの頃で、もちろん、最初は風俗もののコーナー（予想通り深夜番組の「トゥナイト」）でした。

少し報道のスタンスが変わってきたのは88～90年頃からで、実際の「サークル」への取材を通して、「なぜ参加するのか」「どのような人たちか」というような取材が目立ってきました。こうしたアプローチは、フリーマーケットという、コミケットにある種似た大変判りやすいイベントが日常化してきたことにより、最近は少なくなってきたようにも思えます。

90年代後半から急速に増えたのは、巨大なコミケットそのものをテーマにした取材・報道でしょう。名前が通ったマスコミ関係者や作家・評論家に突撃取材させるという手法で、結構多くの新聞・雑誌がこれをやっています（もう陳腐化してきていますが）。

ＴＶは映像になるということで、コスプレが過半を占めていて、これまたイメクラという大変判りやすい（笑）風俗の流行で、もうアプローチはＨなコスプレが過半数を占めているようです。ここ数年は報道も落ち着いてきて、「恒例のコミケットが開催されました」的な記事も増えてきています。

さて、そうした報道を見てコミケットが把握できるかというと、まったく違います。「Ｈなアンダーグラウンドのマンガ」を求めて来ても、「商業誌ベースに載らない個性的な素晴らしいマンガ」を求めて来ても、目の前にあるのは膨大な人の海と、会場を埋め尽くす机、そしてそこに乗っている無数の本、グッズ、これらの集積です。「イメクラにもないようなＨなコスプレ」を見に来ても、満員電車並みの混雑を乗り越え、炎天下や寒風吹きすさぶ屋外に行っても、よくわけのわからないコスチュームをまとった学園祭レベルの人たちが密集して

いるだけです。もちろん、一部で「Hなマンガ」や、「ちょっと目を引くコスプレ」も見つかるかもしれませんが、それも探し歩いての果てでしょう。

もう一つ、マスコミなどの報道とギャップがあるのは、コミケットに出ている「マンガ、アニメ、ゲーム」は、元々の「マンガ、アニメ、ゲーム」のごく一部でしかないということです。

コミケットに参加している「マンガ」は少年マンガ・少女マンガが中心で、青年誌やレディース系は稀少、一コママンガは皆無に近く、劇画系さえ圧倒的に少数派です。

もちろん、参加する人間の年齢層が関係するのでしょうが、大変近い年齢層の「フィギュア」「アメコミ」も、同様に稀少であることを考えると、コミケットが必ずしも「マンガオタク」「アニメオタク」「ゲームオタク」の「祭典」とはいえないことは明らかです。

つまり、マスコミの報道はすべてコミケットという巨大な軟体動物の一部しか照らし出していないのです。そして求めるものがあれば、それはコミケットのほんとうにごく一部として発見できることが多いというものなのです。

ただ、その分母はあまりにも巨大で、まるで「バベルの図書館」を思わせます。しかしながら、これはマスコミだけに限りません。参加したほとんどの人に対して、コミケットは求める一部を提供してくるのでしょうし、それは重なり合いながらも等しく同じではありません。さらにはそうした部分を寄せ集めても全体＝コミケットにはならないのです。

コミケットという存在を読み解くには、過去の自分の体験や報道の記事を疑い捨てるところから始めるべきでしょう。

過去の自分の体験に執着したり、報道記事やレポートなどに立脚して話を進めていくと、自分が見出したかった結論を得たり、妙な憤りを持ったりします。まずそこから出発しましょう。

「コミケットの理念」と「現実」

過去の体験や報道を捨てるとともに、もう一つ疑わなくてはならないものがあります。それがコミケットの「理念」です。コミケットに参加する「サークル」が申し込み時に使用する「参加申込書」を見ると、「コミケットの理念と目的」が記載されています。一部を引用してみましょう。

マンガ、アニメ、ゲーム、小説及びその周辺ジャンル表現の可能性を追求する場としての同人誌、営為の結実としての作品、それを一般に向けてアピールする場がコミケットです。

それは新たな可能性を求める人たちが作品に出会える場であり、作品を受け止めてくれる人を見つける場でもあります。

（中略）主催団体であるコミケット準備会は、いかなることになろうと、形態がか

わろうと、そうした「場」を用意し続けていくことを自らに課していきます。

大変高邁で素晴らしい「理念」です。この引用部分以外にも、やや理想主義ではないかと思えるほどの内容が記載されています。

ある意味では、無政府主義的な理想論に、芸術的ユートピア主義を足せば、この「理念」ができあがるといえるでしょう。表現力への信仰（無限の力）、自己表現至上主義（自己表現が個人にとって最も重要）、マナーや自覚の強調など、そうしたスタンスは明瞭だと思います。代表の米澤嘉博氏が述べたように、70年代の学生運動の概念が色濃く残っていると思います。

こうした「理念」が正しいかどうか、有効か否かという検証は、今回の文章では省きます。これは社会論、芸術論、人間論にまで関わる重大な問題ですから、ここでは、はっきりいって手に余ります。

私が疑うべきというのは、この高邁な「理念」が現実にはどうなっているのか、どのように果されているのかという判断です。

コミケットの参加者、特に長く参加した人たちほど、この「理念」を検証することをしていないのではないか？　と私には思えてなりません。あたかも、この「理念」が実現されているかのように判断したり、「理念」があるという一点でコミケットを理想化したり、あるいは適合していない部分をむやみと切り捨てるように主張したり、どれもが、冷静な判断を放棄しているかのようです。

念を押しますが、本当にこの「理念」通りのコミケットになっていますか？　もし、なっていないとしたら、それは何故でしょうか。こうした理解から、コミケットの「読み解き」が出発するのです。

歴史家のいないコミケット
——資料集『コミケット20's』を元に

コミケットを読み解こうとする時に、過去コミケットがどのような理念で、何を目的とし、どのような運営が行なわれ、どのような成果を得てきたのかを分析することは不可欠です。つまり過去からの歴史的な分析なしに、現在を分析することができないということです。

ところが、コミケットには歴史を記載した「コミケット史」のようなものはありません。唯一、コミケットが20周年の96年に発行された『コミケット20's』という本があるだけで、他には、83年に発行された『コミケット年鑑』に多少記載がある程度です。

『コミケット20's』は４３４ページにも及ぶ本で、膨大な資料と、コミケットに係わった多くのスタッフ、サークルなどの証言が収められた、大変貴重なものですが、サブタイトルに書かれた通り「資料集」、歴史を辿る一次資料としての役割しか果していません。まさに先に述べたマスコミ報道と同様に多くの顔を持つ軟体動物の折々の足跡や、各人の目に映った姿を等しく並べたものでしかないのです。実際に矛盾する証言や記憶違いも含まれていますし、「存在して

いた資料を収集した」ことにより、欠落やコミケットごとの記載のアンバランスも目立ちます。

資料や証言の山は、そのままでは歴史にはならないというのは常識でしょうが、そうした意味ではコミケットに対しては未だに歴史家は存在していないというべきでしょう。まず、「歴史」と呼べるような分析が語られていないということを押さえておきたいと思います。

資料はあっても歴史はない

いくつかの例を挙げましょう。

現在、コミケットでは「サークル」が発行する同人誌の多くは、印刷の依頼を受けた印刷所が前日に会場内の各「サークル」のスペース（出展できる場所、通常は机半分と椅子2脚が用意されます）にまで搬入して届けます（これ以外にも宅配便を使って当日会場の受け渡し場所で受け取ることも可能です）。

このシステムができるまでは、「サークル」は当日手で持ってこられる範囲で、すべて自力で搬入しました。この印刷所搬入・宅配便搬入は、コミケットの姿、「サークル」の頒布スタイルを大きく変えました。このことは体験した方は判るでしょうし、容易に想像できるかと思います。

ところが、こうしたことが何時行なわれたかを探ると、宅配便搬入はコミケット31で行なわれたことが「資料集」に記載されていますが、印刷所搬入に関しては記載がありません。

また「コミケットカタログ」に関しても、現在のような巨大化を招いた事前販売がどう作られたのか、あるいはそもそもカタログがどのように作られたのかも不明なままです。スタッフの体制もどのような体制でどのような仕事をしてきたのか、これもまた過去を溯って分析できないのです。

このような分析やコミケットを開催していく中で変化していった部分は、単なる資料を集めただけでは計れない、まさに歴史的な評価や分析を行なわないと得られないものだからです。

「歴史」と「資料」は別のものですから、コミケットに関してはこうした「編集されていない資料」「分厚いカタログ」「ごく一部の経験」から各人が引き出し構成してしまうことになり、そこには個人的な「歴史」しか生まれない可能性が大になってしまうのです。過去のコミケットの分析が、どうしても恣意的になってしまうのには、そうした面があるということを念頭に置いてください。

多くのコミケットに関する分析や研究が、どれも参加者にとって「的外れ」と感じさせるのは、コミケットの外部の人間は、そうした資料が存在していない部分が判らないし、内部の人間は自分の経験に振り回されるからでしょう。

【2】コミケットの様々な顔を求めて

共同体としてのコミケット
——ぼくの場所はここにある

今までの文章でも判りますように、「コミケットとは何なのか」という答えは多種多様で、ある意味では参加者の数だけあるのかも知れません。しかしながら、共通して存在するコミケットの機能としては二つの機能があるといえるでしょう。ここではコミケットの機能と、それがどのように作られたかを分析してみましょう。

まず最初の機能が「共同体としての場」というものです。これは第1回のコミケットの時から一貫して提示されている概念です。76年の第1回コミケットを終えた後のコミケットレポートで当時の代表の原田央男氏は以下のように述べています。

コミケットは各サークル、個人すなわちファンダムの自己確認の場であり、またあるべきだということこそが、その機能としてのコミック＝マーケットケットを産む存在理由、つまりコミケットの核心（それも催す側の）、であると言ってもいいでしょう。

時代を背景にした大変判りにくい文章ですが、ここで述べられていることは、コミケットは自己確認の場として作られたということに他なりません。

荒っぽく言ってしまえば、自分の場を得るということです。それはどこかで聞いた言葉に直せば、「ぼくの居るべき場所はここにある」ということになります。それまで、どこに居てもしっくりこなかった人々に用意された初めての場といって差し支えないでしょう。

これを理解するには、当時のマンガファンダムや学校漫画研究会がそれぞれバラバラで、マンガやアニメのファンが集まり互いに交流を得る場が、ほとんどなかったということを知っておく必要があります。そして、コミケットという場で何故に自己確認を得られたかといえば、それはこのコミケットに参加した人の大半が自己確認を求めていたという逆説的な理由からです。

参加している誰も彼もが、一様に場所を求めていたからこそ、集まった瞬間に場はでき上がったのです。

「きみもぼくもこの場所に居ていいのだ」という明瞭な構図です。そして、相互に認証しあう、互いに拍手をし合うという関係性が、これ以後のコミケット全体を貫く重要な機能になったのです。

もちろん、これは何らかの「理念」や「思想」に基づく組織のようなものではなく、「互いに居心地がよい」という意味では「共同体」と呼べるようなものでしょう。この「共同体」は、他者からの疎外が強ければ強いほどより強固なものになることは、多くの宗教団体を見れば容易に判るかと思います。

コミケットにおいてもこの疎外意識は読

み取れます。確かに日本の社会においては異分子への偏見＝排外主義が色濃く残っていることは事実でしょうが、コミケットにおいてはこれが強調されることになります。

資料集を読んでも、「コミケットは偏見の海に居る」「世間から排外されないように」というスタンスを読み取れるでしょう。少なくとも、ファッションという部分で世間的にマイナスで見られがちな「オタクファッション」を克服しようと、ファッション講座のようなものをカタログで数回にわたって展開するというリアクションは、ことの善し悪しは別にして、実に奇妙な反応といわざるを得ません。

拡大し続ける「閉ざされた共同体」

ともあれ、こうした「閉ざされた共同体意識」を抱えたまま、コミケットは拡大を続けます。

ほとんど一定の伸び率で拡大してきた背景には、この時期に所謂「オタク」と呼ばれるマンガ、アニメ、ゲームのコアなファンがそれぞれのジャンルの成熟とともに急速に生まれてきていたということがあります。特に85年以降は、「閉ざされた共同体」が急激に拡大するという一見矛盾した奇妙な現象が発生してきたのです。

数万から十数万の疎外された少数派の人々が、自らの場所を求めて集まるという、はっきりいって無茶な構図です。

ある瞬間に、「マンガオタク、アニメオタク、ゲームオタク」という層で社会的に疎外された人々が発生するのは、一つの学校、地域、会社では数人から十数人でしょう、しかし、それは毎年のように発生し続けるのです。彼らが向かった一つがコミケットだったのです。

コミケットが社会的に（あるいは「オタク」層に）知られていない状況では、毎年数百人が増える程度ですが、知られるにつれ友が友を呼ぶ構造で数万のオーダーで増えるようになるのです（これはネズミ講の状況に近いです）。

これに加えて、ここ数年、新たな層が加わりつつあります。これはコスプレ参加者に顕著に見られますが、「楽しい遊び場で一緒に遊ぶ」という別の意味での「共同体」参加者です。

今までの参加者が「コミケットしかない」という「閉ざされた」意識を持っていたのに比べると、いかにもオープンになったように思えるかも知れませんが、実態は「実質的にはコミケットが最大の楽しい遊び場」、「遊ぶのは限られた仲間しかない」という面が強く、これまた「実質的に閉ざされた共同体」と見られるでしょう。

つまり意識的にはどちらもそれほど差がない、等価といってもよい存在なのです。

現在のコミケットは、こうした「閉ざされた共同体」を中心に据えているといえるのではないかと思います。この方向をさらに強化しているのが、コミケットを絶対化する傾向です。

コミケットは最も重要な「理念」として以下の内容を提示しています。

コミケットはあらゆる表現を許容し、参加する意志を持つ人全てを受け入れる
（米沢嘉博『コミケット20's』より）

これがもし最優先であれば、コミケットで出展者＝「サークル」参加するにあたって抽選は存在しません、当然ですね。しかし、物理的なキャパシティを理由に抽選漏れ＝参加お断りは恒常化しています。

もちろん、これが悪いということではありません、確実に開催する上では、会場及び運営面から制約はありますし、そうしたことで、ある程度抽選漏れ＝参加お断りは発生するでしょう。

問題は、過去にこの理念を根拠にコミケットへの異議申し立てをしたサークル個人が皆無に近いということです。逆説的にいえば、明文化された「理念」よりも、「共同体」としての信頼が上回っているということになるかと思います。

また、コミケットカタログを読むと、そこには毎回「まんがレポート」というコミケットに関わる投稿が掲載されますが、ここで指摘される様々な問題に対して、多くの投稿では、すぐにモラルや個人の倫理を問う方向に論議が進みます。問題の実態や本質に迫るのではなく、精神的な傾向に走ってしまうのも、コミケットという「共同体」のユートピア的な捉え方として見ることができるかと思います。これもまた、ある意味での絶対化の反映といえるのではないでしょうか。

もちろん、コミケット準備会がこうした傾向を利用しているのも事実でしょう、これについては後で述べます。

情報、共同性、アイデンティティ——すべてが交換される場

コミケットの機能としてもう一つ存在しているのが、「すべてが交換される」という、資本主義的な市場機能です。

コミケットが中心に据えている「同人誌即売会」が、典型的でしょう。ここにおいては、「サークル」が同人誌という「作品」を提供し、参加者がそれを「購入」します。表面的には本と金銭の交換です。この部分だけを見ると、フリーマーケットと何ら差異はなく、売る方、買う方ともに書店か何かでのやり取りと大差なく見えるでしょう。

しかしながら、ここで実際に交換されているのは、単純に本という物理的な存在ではなく、「情報」「知識・感情の共有」「アイデンティティ」などが本や金銭に付加されて交換されているのです。これに関しては多くの経済学の本にも書かれている内容なので略しますが、商品をめぐるデーモニックな関係が、コミケットでは最も顕著に現われているといえると思います。

コミケットでは金銭だけでなく、他の手段・媒体での交換も発生しています、コスプレという存在が典型的です。

コミケットにおけるコスプレは、マンガ、アニメ、ゲームのキャラクターの衣装などを参加者が自主的に持ってきて演じるというものです。

コミケットでコスプレを見たマスコミ関係者が一様に驚くのは、こうしたコスプレ参加者が自主的にやっていて収入をどこからも得ていないという点です。大抵は元の作品を出している出版社やゲーム会社が宣伝目的で行なっていると思うのです（これは当然で、通常はそう考えるのが普通です）。この場合、多くの人はコスプレで交換されているものが見えてこないのです。

コスプレでは演じることで「情報」「知識・感情の提供」が行なわれ、写真撮影や見られるということで、「賞賛」や「知識・感情の共有」が行なわれるのです。つまり身体を使った表現と、カメラと視線による鑑賞です。これも一つの交換行為になるわけです。

こうした様々な交換は、すべてがコミケットという場で均質に取り引きされます、その物差しは明解な資本主義的な交換原則です。それも野蛮といってよいほどの荒々しい市場原則で、市場に対する各種の保護や規制が大変少ないという野蛮さです。不正競争防止法や、独禁法、あるいは各種の消費者保護の条例がまったくない市場を考えてみてください、コミケットはまさにこれです。

価値判断に苦しむ売り手と買い手たち

この荒々しい市場主義は、描き手である「サークル」、読み手である参加者に激しい負荷をかけます。

「サークル」は常に市場原理という神の審判を受け続けます。売れるのか、売れないのか、支持されたのか、されないのか、評価は頒布部数・感想という物差しと、自己の批評眼という難しい物差しの混合であっても、「サークル」自身は容易に判断できるでしょう。一方、参加者は不断に評価を続けるという行為を強制されます、目につくものすべてを購入していれば評価という厳しい判断は不要でしょうが、それはまったく不可能です。

こうした激しい負荷から逃れようとする傾向、判断を回避する傾向が生まれてくるのは当然でしょう。そこに生まれてくるのが価値基準の判断停止です。これに関しては後で述べたいと思います。

様々な理想を目指した黎明期のコミケット

コミケットの歴史に関してはごく簡単に留めましょう、この歴史を本格的に展開した場合、このスペースではとても納まらないことは確実ですから。

まず、コミケットの初期の文章を見ると、高い目的・理想を持っていたことが判ります。以下は81年のコミケット新聞2号の文章です。

・それは金と人手をかけずにできるというイベントという性格を持ち、しかも企画参加者の自主的な働きがそのまま魅力になり得るという一石二鳥的なところがある、さらにマンガファンの意識改革、より力を持

ちえる創作の出現を用意する場としての機能、ファンのコミュニケーション、運動体としてのサークルの連帯等、コミケットという場は色々な機能を持つことで、マンガ状況を変革する力となり得るのではないかという目論見があったのだ。

75年当時を振り返って書かれた文章ですが、もう後半に至っては「目論見」とは書かれていますが、当時の高揚した雰囲気を描写しています。

この理想は、一部は見当違いであり（ファンの意識改革など）、一部は放棄され（運動体としてのサークルの連帯）、そして一部は実現しました。

これらの理想がどの程度実現可能であったかどうかは、コミケットを数回行なう中で、当時の準備会メンバーには理解されたと思います。代表の交代（原田氏から米澤氏へ）、一部のメンバーの離脱が起きたのは、この理想と現実のギャップをどのようにするかという点で起きたといえるでしょう。

結局ここでとられた選択が「場の提供」という機能への絞り込みです。先で述べたコミケットが持つ「二つの機能」がここから明らかになってきたのです。

ただちにコミケットがこうした機能整理（現実対応）をできたわけではありません、様々な企画（古本市、自主アニメ上映、演劇など）が試みられ、その多くがは巧くいかなかった結果として、次第に機能整理が行なわれていったといえるでしょう。

コミケットが安定的なスタイルを構築し得たのは80年頃だと思います。皮肉なことに、この機能整理が進行していく過程で、参加者が運営の一部を担う存在から、コミケットという場で消費する存在に変わっていくことになります。まさに、当初の理想とは異なる領域に入りつつあったのです。

参加者から「おれたちは客なんだぞ」という一言が最初に発せられたのが期せずして80年であるのです。

こうした矛盾を抱えながら、何故コミケットは運営が可能であったかといえば、この時点でコミケット準備会のメンバーが理想に殉じるよりも、コミケットという共同体への参加に価値を見出していたからに他ならないでしょう。つまり、この時点で初期の理想から、現実的な機能の追認へと変化したのは、コミケット準備会のメンバーも同様であったということです。

参加者の「お客様化」とコミケット内紛時代

徐々に機能を整理してきたコミケットは、「互いに居心地がよい」共同体としての機能を強力に発揮し、参加者の拡大が続いていきます。

ところが、先に述べたように80年頃から参加者の消費者化が急速に進行してきます。

それまで暗中模索でチャレンジを繰り返してきたのですが、この頃には「最も居心地がよい」スタイルをコミケットが提供できるようになりました。「互いに居心地よい」システムは容易に「多くの人が居心地よい」

システムに発展するのは自明の理ですから。この消費者化は、運営する準備会のスタッフをも急速に変化させてきます。つまり消費者化という参加者にとっての「進化」が発生すれば、スタッフも何らかの「進化」が必要とされてしまうからです。

この問題に対して、当時のコミケットでは大半のメンバーが明瞭な解答を用意できませんでした。これはまったく経験がない問題でしたからやむを得ないことでしょう。この「進化」に対して、大きく二つの対策手法がありました。

●参加者が消費者化し、運営が困難になる以上、運営する側も運営者として専門化し、きっちりした枠組みをつくるべきだ

●コミケットの理想のように、あくまでも参加者の自主性を解決の道とし、運営の不備は参加者の協力でのりきるべきだ

これにはスタッフの年齢的なギャップも加わり激しい対立を生み出しました。

第1回の頃からのメンバーの多くは後者を是とし、コミケットが開催される中で集まったメンバーの多くは前者を是としました。そうした意味では年齢差が当然ありましたし、問題に対する感覚も相当に異なるのもよく判ります。

実はこのどちらも成り立ちうるのです。ただ、前者を有効とするには、共同体への強い求心力、「互いに居心地がよい」環境をどう創り続けるのか、というスタンスが不可欠になりますし、後者の場合は運営に協力させる仕組み作りと、ある程度のスタッフの業務再編（組織化）が欠かせなくなります。

この対立は深刻な様相を呈し、前者の解決策を是とするスタッフの一部が申込書を持ち去るという「事件」にまで発展しました。

これは「コミケットクーデター事件」と呼ばれていますが、どちらかといえば、単なる「内紛」でしょう。当時何回か話し合いなどが持たれましたが、方針論議になる前に不信感が先に出るという状態で、この時点でコミケットは「分裂」することになります、というよりも「内紛」を起こしたグループが別にイベント（「コミックスクェア」）を開催するに至ったということです。

この顛末は、コミケットが「共同体」であること、それはスタッフも変わらないどころか、スタッフの方がより強く「共同体」として行動してきたことを明らかにしました。

互いの甘えや不信感が、問題点が何かを検討するスタンスを失わせましたし、前者を是とする人たちは「人は何故コミケットに集まるのか」という視点が欠け、後者を是とする人たちは「この拡大が続いた場合にこれでいいのか」という内省が欠けていました（またあっても有効な方針を打ち出せなかったという側面もあるでしょう）。

結果として、この「コミケットクーデター事件」が招いた重大な結果として、会場が晴海に移転したということが挙げられるでしょう、「内紛」を起こしたため、当時の

メイン会場であった「川崎市民プラザ」は双方に会場を貸さなかったからです。
　分母というかパイを大きくすることで、問題をできるだけ先送りすることが可能であった晴海という会場が、この後数年間のコミケットを支えることになります。もちろん、晴海移転に伴ってスタッフ機能の再編ができたことも大きな効果を持ちました。

何でもあるけど、何もない
——コミケットは空っぽのバケツ

　晴海という会場は、コミケットの抱える問題の多くを先延ばしすることができました。拡大に応じて会場を広げることが可能で、混雑のための緩衝地帯を持ち、さらにある程度都市部から隔離された空間というロケーションは、コミケットの二つの機能を見事に果たせるものだったのです。
　つまり、隔離された空間が「共同体」としての意識の結集にプラスに働いたのです。
　ところが、この平和な期間はそうは長くは続きませんでした、やはり問題は少しも解決されてはいなかったのですから。
　晴海会場が一時的に使えなくなる86年に再び問題が訪れました。それは次の会場であるＴＲＣ（平和島）が晴海に比べると狭く、会場がいくつものフロア、エリアに分断されていて、組織的な運営・効率的な会場利用を行なわないと運営が大変困難だったからです。さらに当時爆発的に増加した『キャプテン翼』ブームでの大量の参加者（サークルを含む）が困難を倍加させました。「コミケットクーデター事件」当時に提起された問題の再現です。
　この危機の時に、事務のシステム化から始まってスタッフの組織化が進行しました。前回の内紛時とは異なり、晴海という会場を利用しての「共同体」意識醸成が進行していたこと、参加者の急増という目前の危機感がそれまでの参加者やスタッフに求心力を強めたことがありますし、そうした混乱が参加者の協力を得やすくしたということがあるかと思います。
「共同体」が危機感を共有することに成功したのが重要でしたし、晴海会場で訓練された若手のスタッフたちがちょうど成長してきたこともあるでしょう、現在のコミケットのスタッフの中核はこの時期に揃うことになります。
　このコミケット準備会の組織化・システム化は、コミケットが機能を絞ることに拍車をかけました。というよりも機能を絞りこまないかぎり運営できなくなっていた、というのが正解でしょう。
　すべてを二つの機能「共同体としての場」「交換としての場」に絞り、他は大半をカットしていったのが、この時期です。コミケットの様々な取り組みの多くは、このラインにのみ存在意義があったのです（異なる機能は次第にカットされていきました）。この結果出来上がったのが、現在のコミケットなのです。
　結果としてコミケットは、「何でもあり、何もない」という存在になっていきました。コミケットが創ったのは二つの機能を果た

す「巨大な容器」のようなものです。
バケツを買ってきても、中身は入っていません、しかし中身が入らなくては使えません、それに似ています。

企業スペースに群がる参加者たち

これ以後の歴史に関してはあまり述べることはありません。もちろん、多くの改善やシステムの導入、参加者の変化はありますが、基本的にはこれまでの歴史の延長線上ですから。

ただ、有明に移行してから変化を見せてきているのは、「企業スペース」と呼ばれる存在でしょう。今まで晴海ではいくつかの例外を除いて、企業参加は文具・画材関係や印刷所が大半でした。それは別にコミケットに直接的に影響を与えるものではありませんでした。

しかし、有明に移行してからの「企業スペース」は、あたかも企業が出展者として参加しているかのようなスタイルです。ゲーム系企業のスペースに限定グッズを求めて長蛇の列ができる状況は、コミケットの参加者の意識をさらに変化させるものだと思います。あと数年を経ないと、どのような形になるのか予測はできませんが、大きな変化は確実に来るでしょう。

【3】コミケットを構成する3要素

サークル、一般参加者、準備会

ここではコミケットの構成要素を分析し、現在の状況と到達点を見てみましょう。
コミケットはその「理念と目的」でコミケットを構成する要素として以下のように述べています。

> コミケットは企画参加者としてのサークル、読み手、受け手としての一般参加者、そして準備会の三つを構成要素として行なわれるマンガ、アニメ、ｅｔｃのファンの交流会です。コミケットを取り行うのはすべての参加者というのが基本であり、参加者全員はすべて平等であらねばなりません。

ここでは「準備会」と書かれていますが、これは「スタッフ参加者」という意味と等価だと判断できると思います。

この定義は明解のようで、実は曖昧そのものです。例えばコスプレはどう考えればいいのか、企業スペースのような「企画参加ではあるがサークルではない」存在、一般参加者を「読み手、受け手」と限定するのが正しいのか、人と会うこと（コミュニケーション）だけを目的とする参加者をどう見るのか、コミケットは巨大化の中でこうした分類が徐々に曖昧になってきているのです。

付け加えると、後半の「平等であらねばならない」という言葉は、理想を語っているものの、「どのような基準を以て平等と判断するのか」という重要な前提が欠落しています。３つの構成要素に等しく働く基準は考え難いでしょう。これまた「仲間としての共同体」に空気の如く存在する「気分の関係性」でしかないのです。

もちろんこれは枝葉の部分に属しますので、概ねこの３つのくくり方は有効性があるでしょう。ここに納まらない存在は「例外的な存在」として、とりあえず論議の対象から外すことが可能です。

本稿でも、この３つのくくりで構成要素を分析してみましょう。ただ、近い将来このくくりに納まらない「例外的な存在」が、一つの構成要素として検討しなくてはならなくなるかとは思いますが。

「私を見て」――(1)サークル参加者

それでは、まず最初に、企画参加者としての「サークル」を見てみましょう。「サークル」という呼び名ではありますが、現在のコミケットに参加している「サークル」の多くは実質的には個人あるいは二人によるユニットによる企画参加で、一般的な意味での「サークル」は１割以下ではないでしょうか。

もちろん、コミケットの初期ではこのようなことはなく、コミケットも10回くらいまでは、９割以上が、いわゆる「サークル」でした。コミケットでは一貫して複数→個人へと作り手側は変わってきています。しかし、これはある意味では当然の変化でしょう。これは以下の要因から変化したものです。

(a) 媒体である同人誌が安価に作れるようになり、一人でも負担ができるようになった。

(b) 同人誌を買って支える層が増えたため、個人で描いた同人誌を買い支えられるだけの状況になってきた。

(c) コミケットが「共同体」の機能を発揮してきたので、あえてそれとは別に仲間を求めなくても良くなってきた。

(d) そもそも制作行為は個に還元されるので、つきつめていくと必ず個人化する。

現在「サークル」的な活動を行なっているのは、学校漫研、作家のファンクラブが中心でしょう。このどちらも上記の理由が当てはまらない理由があるといえます。

さて、こうした「サークル」の活動主体である作家を見てみましょう（ここでは編

集者や組織者のような存在を除いて考えます）。コミケット代表の米澤氏は以下のように述べています。

・マンガなど誰にでも描ける。物語など誰にでも語れる。誰にでも語りたいことがある。生まれてきた「作品」が商品性を持つかどうか、読者を捕まえてることが出来るかどうかはおくにしても、もともと、マンガとは、表現とはそうしたオルタネイティブな、語りたい、描きたい、伝えたいという、「欲求」ではなかったのか。

これこそがコミケットの重要な本質の一つを明確に語っている文章だといって差し支えないでしょう。

この「欲求」を端的な言葉で現わせば「私（の作品）を見て」になります。それがマンガであろうと、ファンクラブであろうと、小説であろうと、研究発表であろうと、還元すれば「私を見て」です。

コミケットを知らない人たちがコミケットを見て感じる眩暈のようなものには、この「私を見て」という強烈な想いが、机の上に並ぶ同人誌やグッズなどから発散されているからではないかと推測します。無言の圧力というか（実は結構騒々しいですが）せつないまでの願いは、受ける側によほどの体力・気力を要求するものですから。

コミケットが「あらゆる表現を許容する場」であるとしても、そこで作られたものがそうしたものであるとはかぎりません。

前から述べていることですが、コミケットは空っぽの容器であって、そこには「素晴らしい創作物」「高い商品性」を備えた作品を入れることが可能であっても、そこに入れられたものがそうした「素晴らしい創作物」「高い商品性」を持っているとはかぎりません。というよりも大半の作品が持っていないことは、一度でもコミケットのスペースをある程度見ていれば判ることかと思います。

ただ、そうした誤解が持てるのがコミケットという場であり、だからこそ人はコミケットに参加するのです。

家族写真のホームページのように

「私を見て」が中心であるということは、受け手・読み手である参加者（読者）の要求よりも、描く方が何を伝えたいかということが優先されることにもなりますし、さらに極論してしまえばその作品性（情報としての優秀さ）は外に置かれがちになります。

この方向をつきつめれば、各「サークル」の机の上に並ぶ同人誌は、一方的な「自己満足」にまでなり兼ねないのです。

この状況は現在のインターネットでのホームページの状況に大変近いものがあります。伝えたいという意志だけで作られた膨大なホームページ（それも家族の写真と独り言が中心か）の問題・分析は、他の本に任せましょう。

コミケットでは巧みにこの問題が隠蔽されています。

コミケットにおいては、参加者は平等という定義で、「サークル」が発信すること、作品を出して問うこと、をすべてが等しいという前提を置きます。これは大変正しい結論です（抽選という問題は別にしてですが）。

ここまでしか語ってはいないものの、「サークル」には、発信されたものがすべて等価であるかのように思わせるのです。これは明白に意味が違います。商品性や情報としての優秀さを考えれば明らかかと思いますが、作品や同人誌は等価ではありません。個々人の評価という差異は確かにありますが、出された作品は見事に不平等に扱われます。資本主義的な市場原理ですから当然ですね。発信するという行為の平等性と、出された作品の評価は別の話なのですから。

「9割がクズ」ということ

ここまで明らかになると、有名な法則「何事にもその中の9割はクズである」が、コミケットにも容易に当てはまるのがお判りになるかと思います。

この評価基準というか、何を以て良しとするかは、人によって差異があります、趣味が細分化される傾向を考えると、この差異は強まることがあっても逆はないでしょう。そうした細分化が進んでいる現状では、「いいと思える範囲」は重なり合いつつも微妙にずれていると思います。

そうした前提はあるにしても、先に述べた不平等性が明白にあることを押さえておく必要があります。「9割がクズ」という法則を述べたスタージョンは、実はその「クズといわれる9割」に高い愛情とシンパシーを感じての発言であってのことだということを考える必要があります。

「ぼくはここにいてもいいんだ」――（2）一般参加者

次に、読み手、受け手としての一般参加者に関して述べてみましょう。

もうこれまでに述べたことで大半は言い尽くされていますが、一般参加者はこの「共同体」の実質的な支え手です。実はこの層は常に「共同体」参加が試され続けている層です。なぜなら「サークル」は作品を提示し、場に出すことで、必然的に「共同体」に参加することになります、つまり「サークル」参加していることだけで「共同体」のメンバーとなれるのです（これがあるからこそ、抽選漏れ＝参加お断わりが深刻なのです）。

ところが一般参加者はそうではありません、何らかの行動が必要となります。コミケットがまだ数百「サークル」の頃でしたら、一般参加者は「サークル」との会話や交流が容易に可能でしたし、参加者同士のコミュニケーションも頻繁でした。また、発行されていた同人誌も、「サークル」の会誌のようなスタイルが多く、読み手との交流（通信欄やお便りのコーナー）なども活発でした。

しかし、巨大化するにつれて、そうした環境が徐々に減り、コミュニケーションを

行なうのにスキルが必要になるような事態になってきました。喩えていうなら、村落での「地域共同体」の密度・性格と大都市での「種々の共同体」の密度・性格が大きく異なることに似ています。そうした大都市での「共同体」に参加するには、コミュニケーション能力・伝達能力を要求されるのもお判りになるかと思います。

つまり、自然な「共同体」＝居るだけで得られる「共同体」から、自らの能力を使って参加していく「共同体」に実は変わってきつつあるのです。

ただ、そうした変化は今のところそれほどあからさまにはなってはいません。これまた隠蔽されているといっても過言ではないでしょう。それは、コミケットカタログを通じて、会場内のディスプレイや構成を通じて、「サークル」がごく自然に「共同体」を前提にしていることによって、コミケット全体が自然な「共同体」としての「幻想」を一貫して強化し続けたからです。

前にも述べたモラルや倫理の強調は、それが有効であるか否かよりも、それによって得られる「共同体幻想」の方が価値があるからでしょう。

手段から目的へと変わった「行列」

一般参加者は「共同体」への能動的な参加を求められます。それは無意識なレベルではありますが。

コミケットでは「共同体幻想」を強固にふりまきますから、コミュニケーション能力が弱かったり、関係性を作れる能力がなくても、「共同体に参加している」という感覚を——不充分ではありますが——得ることができるでしょう。しかし根本にある「不安」は解消されません。

コミケットに来ている参加者の中で、何かに追いかけられているかのような焦りを見せている人は、そうした「不安」の一つの現われといえるでしょう。

この「不安」の解消策というか、対応の一つに「自分が共同体に積極的に参加している証」を得ようという反応があります。しかしながら、これはなかなか難しいものです。何故ならコミケットでの「共同体」は幻想の中にしかありませんし、参加者がこれだけ多様になっている状況で、物理的な証のようなものがなくなってきているからです。

こうした中で生まれるのは、いわば一方通行のコミュニケーションというか、片思いのようなアプローチです。一方的に話しかけたり、何らかのアイデンティティを誇ったり、ただ見つめたり、これらの迷惑行為も何とかこの「共同体」に居るという確認を得ようとする動きの一つです。

さらに屈折した試みもあります。例えば、コミケットにおいてはいくつかの人気がある「サークル」の本に行列ができることが頻繁にあります。もちろん、欲しいと思う本があれば、それを手に入れようと努力するのは「オタク」の本性ですから当然ではありますが、この行列に並ぶ人々の中には、そうした多くの人が買う本を手に入れるこ

とで、「共同体」に参加した証とする人が何人も混じっています。本そのものが欲しいのでもなく、本が持つ情報が欲しいのでもなく、本に付与された価値観というか評価を必要とするのです。

行列に並ぶような本を得ることが、そうしたクローズドされた場に加わることが、重要なのです。

こうした人々にとっては、本の内容がどうであったかということは枝葉末節です。大事なのは「この本を所有している」「この本を入手できた自分自身」にあるのですから。

コミケットからも疎外される人々

このような屈折した試みができる人は、実はまだ幸せだといえるかも知れません。問題になりつつあるのは、こうした試みさえできない層が、この数年間、一貫して広がってきていることです。

この人々は、積極的なコミュニケーションはできませんし、関係を構築することもできません。自らのアイデンティティを構築する（たとえツギハギであったり、矛盾していても）こともできません。行列に並ぶことや、何かを所有することをアイデンティティに転化したり、「共同体」への証に置き換えることもできないのです。この層は、コミケットから疎外された層なのです。

コミケットという存在が、社会的に疎外された層にとってのユートピアというか「互いに居心地がよい」「閉ざされた共同体」であったことは今まで書いた通りです。悲劇的なのは、今問題になっている層は、そうしたコミケットからもさらに疎外されているということです。しかしながら、この問題の解決策だけはまったくないのです。

「自己満足」――(3)スタッフ参加者

最後に準備会というかスタッフについて見てみましょう。

現在コミケットのスタッフは１８００名にも及んでいます。男女比はだいたい男性6対女性4という比率でしょうか。１８００名という人数は多いようにも思えますが、一般参加者２００名に対してスタッフ１名というと、大変少ないといえるでしょう。コミケットの「共同体幻想」が有効に働いているからこそ、この人数で賄えると判断していいと思います。

ただ、１８００名の中身を見れば、有効な仕事をしているスタッフ数は少なく、おそらく実質的には１０００名以下で充分運営可能であると思います。この能率の悪さはいくつかの要因があると思えます。

(a)全般的にスタッフが若く、社会的な訓練が行き届かない層が大半で、無駄な仕事が実に多い

(b)一年のうち数日しか稼動しない定めなので、一般の企業のような日常的な組織・システムが構築し難い

(c)わずかな時間にすべてをこなさなくてはならないので、余剰人員や重複機能がないと危険

(d)巨大で上記のような不安定さから突発的な事故や問題が発生しやすく、そのためにフリーランサー的なスタッフが必要になる

さらに、背景にはコミケットそのものに内包された「無政府主義的な理想像＝無為が最良」という考え方があります。つまり、組織やシステムというものに対して警戒感というか、嫌悪感があるのです。

確かに、コミケットのような「明日をも知れない存在」が安定的な組織やシステムを構築する疑問はありますが（専従職員を抱えたのさえここ最近です）、今のような巨大化されたコミケットでは嫌であろうが組織・システムを構築しなくてはならないのです。

コミケットでは、合理的な組織・システム構築の弱さが長く続いた中で、いわば「体育会系」のノリで組織を維持する傾向が初期からありました。まさに「ミニ共同体」です。コミケットのスタッフの構造は、そのままコミケットの構造そのものです。

スタッフが、組織的に仕事を分担するのではなく、自分が手がけた仕事をずっとやっていくというスタイルになっているのは、もちろん容易さもありますが、ある種の「俺達の仕事」的なノリでないと、とてもあの短時間では指示し切れないという面があるのです。これらスタッフの体制は、米澤代表を頂点とする、擬似家父長制度と見ても、あながち間違いではないでしょう。

参加への「見返り」を求めて

こうしたスタッフの姿も、これまた徐々に変化してきています。

一つの例を挙げましょう。数人のグループで会社を一つ作ったとします、困難にぶちあたりながら、少しずつ業績があがり、社員も増えていきます。もっとも社員といっても、この会社の目的というか未来や面白さに引かれてきた人たちで、「面白いからやる」「意義があるからやる」といったものでしょう。さらに大きくなると、人間関係に引かれたり、様々なやりたいことを持ってくる人も増えるでしょう。

そして、例えば上場するような企業になったらどうなるでしょうか？　ここで入ってくる社員の動機は、安定した生活だとか、一流企業だとか、賃金だとかになってくるのは当然でしょう。

コミケットのスタッフもそれほど差があるわけではありません。過去にもスタッフになる人は「何らかの見返り」を期待しました。その「見返り」が何かは、個々人によって大きく異なるでしょうが、大きな目的として、「共同体」に参加する（それも二重に強固な）ということと、自分たちの手でコミケットを動かしていくという満足感・充足感があること、だと思います。もちろん、他の考えを持って参加する人もいるでしょうが。

ところが、巨大化されたコミケットでは、一人一人が何かをやっても、満足感・充足感が得にくくなってきています。

もちろんある程度のスタッフを束ねるリーダーのような存在であれば、多少は目に見える成果が得られますから、満足感・充足感は得られるでしょうし、コミケットが数千人程度の参加者の時代からスタッフを務めた人であれば、得られる成果を想像することができます。

問題はこうした満足感・充足感が感じられないスタッフが、より直接的な手段でこれを感じようとする傾向にあるのです。それは強圧的な対応を行なったり、コミケットの威を借りて威張ることになったりします。現在のスタッフに現われたこうした事例は、そう簡単には解消できないでしょう、問題はあまりにも重く、深いのですから。

【4】コミケットはどこに行くのか

舵なき船、航海図なき船旅

いよいよまとめになります。今までの文章で、「コミケットをどう読み解くのか」という材料が提示されたかと思います。最後にコミケットの将来を考えてみましょう。

はっきりいって、コミケットがどうなるかという予測は大変困難です。コミケットの機能が場であるのなら、そこに何が入るかは、誰にも判らないことだからです。

しかも、コミケットの機能なるものも、永劫不変ではありません。既に構成要素は変わりつつありますし、一部の機能を代替できる場（例えばインターネット）も、育ちつつあります。そして何よりも、コミケットは常に「理念」よりも「現実」を出発点としているために、将来の姿を予測不可能なものにしています。

コミケットは大きな船に似ています。乗り組んでいる船員や客は楽しく旅を続けていますし、続々と乗り続けてくる人たちでいつも満員です。

しかし、この船は、走り続けること、船の中でのパーティが楽しいのであって、どこか特定の港に向かっているというのではありません。この船には方向を変えようとする舵がそもそもありません。大きな波が来ると、沈没しないようにあちこちに手当てするだけなのです。それに何よりもこの船には航海図がないのです。

しかし、船旅の本当の楽しさは、そうしたものではなかったか？　もし途中で行き先を思いついたり、ここが目的地と思える場所があれば、そこで降りればよいし、飽きたらさまよう船に乗りに行けばいい、それだけのことだと思います。

唯一の制約は「会場」

結局コミケットの機能に、唯一制約があ

るとしたら、それは「会場」という問題です。あまり気がつかないというか述べられていませんが、コミケットが将来にわたって場としての機能を有するには、いくらでも拡大可能な会場が不可欠なのです。

当然、施設的な制限から、ごく一部の会場（有明、幕張、大阪）しかありませんから、必然的に複数日開催という、空間の制限を時間で乗り越えることになります。

つまり、コミケットは何日間も開催するという選択で、かろうじて場を維持しているといえるでしょう。これは近い将来にコミケットが現行の冬2日制、夏3日制から、全3日制、あるいはそれよりも長い開催期間をとる可能性が高いということです。

無限ループ——人が場を要求し、場が人を拘束する

コミケットは多くの参加者が望み、今のような姿になりました、人が場を要求したのです。

しかし、一旦できあがったコミケットは自立した生き物のように参加する人を拘束していきます。良くも悪くも、人はコミケットに囚われてしまうのです。

コミケットは巨大な軟体動物のように、あらゆる理想も、夢も、野望も、願いも、すべてを飲み込み、消化してしまいます。そしていつしか、思考や感性に大きな変化をもたらすような気がしています。人が場を要求し、場が人を拘束する、そうした囚われた私の分析もまた、コミケットという巨大な場の一つでしかないのかもしれません。

【参考文献】

『コミケット20's（コミックマーケット20周年記念資料集）』
発行：コミックマーケット準備会
『コミックマーケット54参加申込書セット』
1996年3月17日発行
発行：コミックマーケット準備会

【この講義の読み方】学長・岡田斗司夫

▼なぜ我々はかくも「ロボット」に惹かれるのだろうか？　18世紀、仏の人形師J・ヴォーカンソンは「アヒル」という自動人形を作った。羽ばたいてガアガア鳴き、餌をついばみ排泄までするという機械仕掛けのアヒルを見るために、人々は群をなして彼の見せ物小屋に押し寄せた。　▼これは現代でも同様だ。1997年夏、HONDAが発表した自動歩行ロボットP-2にマスコミの注目が集まった。TVでは毎日のように巨大ロボットが活躍するアニメが流されている。そう、我々は「髪が伸びる博多人形」を恐れ、ハイテクの集合体ロボットを畏怖の目で眺めながらも、ロボットが大好きなのだ。　▼谷崎氏の講義は、本書の他の講義とまったく色合いが違っている。他の講義が「オタク界の現状と展望」を語っているのに対し、この『ロボ学』は、もうまっとうすぎるほどストレートな、アニメ・特撮ロボットの分類学なのだ。　▼国際おたく大学の講義ラインナップとは、本来こうした講座が中心となるべきであろう。しかし「おたく学」自身、まだ成立への途上であり、その道程は遥かに遠い。今回、一足先に読者諸兄には、「来るべき講義」をお届けしよう。

©サンライズ

特講【ロボ学】

「改訂版・巨大ロボットの歴史」

【講師】…谷崎あきら（マシーン先生）

【講師略歴】谷崎あきら　たにざき　あきら

1967年広島生まれ。かつて漫画家であったことは現在の本業の次に秘密。『巨大ロボットデータベース』の作成をライフワークとするも、コラムやゲームシナリオ、ロゴデザイン等に駆り出され、いっこうに完成の目算が立たないでいる。代表作・コミック版『テッカマンブレード』（メディアワークス）ストーリー構成、『SFアニメがおもしろい』（アスペクト）執筆、PC-FX『みにまむなのにっく』（日電HE）テキスト、他。98年、念願の巨大ロボットものゲームの製作に参加。

【1】歴史

巨大ロボットのあけぼの

「ロボット」という言葉が初めて使われたのは、カレル・チャペックの戯曲『ロッサム万能ロボット会社』、通称『R・U・R』の中でのことでした。もっとも、このロボットは、生体組織で構成された人間そっくりのアンドロイドであり、我々が「ロボット」というタームから直感的にイメージするそれとはやや趣が異なります。

　この『R・U・R』が発表されたのが1920年。しかし、それ以前にもロボットはありました。ギリシア神話に登場する青銅巨人タロスや、ユダヤ伝承のゴーレム、ジョージ・モアの蒸気人間などが有名です。我々にとっては、むしろこちらの方がロボットのルーツに近いと言えるでしょう。

　一方、初の国産ロボットとして知られているのは、ご存じ『鉄腕アトム』（1963年）です。国産ロボット第1号としてよりも、国産TVアニメ第1号として歴史に名を残しています。同年スタートした『鉄人28号』、『エイトマン』とともに、国産TVアニメの草分けとなった3本が3本ともロボットものであったことは、後の歴史を考えるにつけ興味深いポイントです。

　基本的に等身大で、人間に混じって生活していた『アトム』や『エイトマン』に対し、一線を画していたのが『鉄人28号』。主役メカとして初めて現れた巨大ロボットです。そこで、『アトム』、『エイトマン』までを**原ロボット**と呼ぶことにしましょう。

　鉄人28号は、変形も合体もせず、コクピットも持ちません。しかし、他のロボットが自らの意思を持ち、人間同様に考えて行動するのに対し、リモコン操作による外部からの指令で行動するというアイディアは画期的でした。無敵の力を持つ鋼鉄の巨人を思いのままに操るカタルシスは、日本中の少年たちを熱狂させました。

　3年間にわたって活躍した『鉄人』の終了直後、66年7月に出現したのが『マグマ大使』です。鉄人以上に巨大で強靭なボディーに加え、飛行形態への変形機構や強力な武器の内蔵、支援ロボ（と言っても女房と倅ですが）の存在など、現在まで受け継がれている黄金律をいくつも発見することができます。操縦ではなく、自我を持ち、人間らしい言葉を交わすという一見先祖返りとも取れるポイントも、この巨体を考慮すれば新鮮な驚きに満ちていました。自意識を持った巨大ロボ、トランスフォーマーや勇者シリーズの元祖と言えるでしょう。

　翌年には『ジャイアントロボ』が出現。『マグマ』と『鉄人』のイイトコ取りに、発進シーケンスや特徴あるアクション等、さらなるメカ感覚をプラスした傑作ロボです。一方、アニメの方も、72年の『アストロガンガー』が系譜を繋ぎました。この『アストロガンガー』までを、**旧ロボット**と呼びます。原ロボットに対し、人間とほとんど変わらない姿から完全に分化。巨大な体躯

とロボットらしい硬質な外観を獲得しました。また、眼に「瞳」が退化せずに残っているのも特徴です。

さて、この『アストロガンガー』が出現した72年の末、ロボット史上もっとも重大な事件が起こりました。『マジンガーZ』の誕生です。凶悪な外観もさることながら、コクピットメカのドッキング、飛行用サブシステムとの合体、多彩で個性的な内蔵武装と改造によるパワーアップなど、後に定番となる数々の要素を確立しました。

しかし、最大の特徴は、自動車のように人間が乗り込んで操縦するという前代未聞のコンセプトそのものにあります。以降のロボットは、一部の例外を除いてコクピットを持ち、人間が乗り込んで操縦することがセオリー化しました。いえ、それ以前に、『マジンガーZ』の成功なくしては、これほどまでに多くのロボットが生み出されること自体なかったに違いありません。『マジンガーZ』は、巨大ロボットをSFヒーローの一形態から、ひとつの独立したジャンルへと押し上げたのです。

現在の巨大ロボットは、みなマジンガーZの末裔であると言えるでしょう。その意味で、『マジンガーZ』以降のロボットを**新ロボット**と呼ぶことにします。

現代ロボットの誕生

『ジャンボーグA』や『スーパーロボット レッドバロン』等、特撮ロボットにおいても内部操縦が主流となる中、74年には『ゲッターロボ』がデビュー。それぞれにパイロットが乗り込み、独立して運用可能な複数のメカの合体によって完成するロボット**合体ロボット**が出現しました。

翌75年にスタートした『勇者ライディーン』は、飛行形態・ゴッドバードへの鮮やかな変形を実現。それまでの「変身」的な変形から脱し、変形ロボットの規範を示しました。『鋼鉄ジーグ』や『大空魔竜ガイキング』のような異色のパーツ合体方式を採用するロボットも現れ、新ロボットはめざましい発展の道を歩んでゆきます。そんな中、新ロボットたちにさらなる進化を促す新種のロボットが誕生しました。『超電磁ロボ　コン・バトラーV』です。

時に１９７６年4月、『コン・バトラーV』は、史上最多の5機合体ロボとして世に出ました。合体ロボットは既にいくつか存在していましたが、コン・バトラーVは、それらを一気に過去のものに追いやるほどの、まったく新しい驚異に満ちていました。

ダクトやキャタピラ、車輪等が剥き出しとなった、異常に複雑で線の多い外観、異様とさえ言える奇天烈なフォルムの各バトルマシン。そして、毎回圧倒的な迫力と説得力を持って見せられる合体プロセスに、研究者たちは騒然となりました。**現代ロボット**の誕生です。

コン・バトラーVこそ、現在まで生存を続けている現代ロボットの、事実上の第1号であったのです。

さて、**原ロボット、旧ロボット、新ロボット、現代ロボット**と時系列に則して述べて来ましたが、新ロボと現代ロボの区別は、実のところ明確ではありません。コン・バトラーVの出現以降も、しばらくの間はこの2者は混在していました。マジンガーZが出現したときのような、急激な世代交代が起こらなかったのです。いくつか例をあげましょう。

同年同月にスタートした『大空魔竜ガイキング』や『UFO戦士ダイアポロン』が、現役で大活躍していましたし、新ロボットの旗頭、『UFOロボ　グレンダイザー』も絶好調でした。また、『グロイザーX』や『ブロッカー軍団Ⅳ(フォー)マシーンブラスター』、『合身戦隊メカンダーロボ』等、コン・バトラーV以降に出現したロボットたちも、その多くはまだ新ロボットにカテゴライズされるべき特徴を備えています。

コン・バトラーVの直系である『超電磁マシーン　ボルテスV』や『無敵超人ザンボット3』あたりになると、まぎれもない現代ロボットと言えますが、『惑星ロボ　ダンガードA』や『大鉄人17(ワンセブン)』などは、どちらに分類すべきか、研究者によって意見の分かれるところでしょう。

新ロボットと現代ロボットとの見分け方には諸説ありますが、一般的には「四肢の断面形状」で判断されることが多いようです。腕や脚の断面が円形に近いものは新ロボット、角張っているものが現代ロボットというわけです。ただし、脚は四角いが腕は円いなどという例も存在しますので、決定的な方法とは言えません。もう一つの判断材料として、「肩関節形状」が挙げられます。新ロボットの多くが、円形の上肢断面に応じた球体関節構造の肩を有していることに着目したものですが、これも決定打とは言いがたく、結局のところ、新ロボットと現代ロボットとの境界は極めて曖昧なままであるというのが実情です。

このように、暫時の混沌期の存在はあったものの、1977年末には混乱状態もほぼ解消され、現代ロボットの本格的な発展が始まりました。次々と生み出される、メカニカルでエキセントリックな巨大ロボの数々。合体・変形のシステムもより新しく、より完璧なものを求めて多様化の一途をたどります。そのモチーフも多岐にわたり、やがていくつかの支流に分かれてゆくことになります。

現代ロボットの分化

現代ロボットが新ロボットに取って代わられた理由のひとつに、リアリズムがあります。目を見張るような驚きに満ちた変形・合体機構を持ちながら、そのプロセスは物理的に嘘が少なく、しかもディテールはあくまで緻密で立体的。それが優れたロボットの条件でした。『闘将ダイモス』、『宇宙魔神ダイケンゴー』、『闘士ゴーディアン』、『未来ロボ　ダルタニアス』等、様々なロボットが次々と生み出されてゆきます。

そうした観点からは、『機動戦士ガンダム』は地味なロボットであったと言えるでしょう。ディテール増加の一途をたどる同胞たちの中にありながら、外観はいたってシンプル。身長も18メートルと小柄で、必殺技もなく、決まった合体シーンもない。共通のジョイントを持つガンキャノン、ガンタンクとの合体は試みられることさえなく、パワーアップメカであるはずのGパーツも、肝心な時には分離してしまう始末。

当時としては、時流に逆行した異色のロボットでしたが、ロボットを「兵器」として描いたことが成功しました。迫力溢れる変形・合体や緻密なディテールとはまったく別のアプローチで、従来をはるかに凌駕するリアリティを醸し出し、それが受け入れられたのです。放映終了後、ブームに火がつき、映画にまでなりました。

いかに優れたアイディアも、後継者や追従者が現れなくては単なる異色作に過ぎません。1981年10月『太陽の牙ダグラム』がスタート。兵器としてのロボットというコンセプトを受け継ぎます。

翌年10月、『超時空要塞マクロス』の主役ロボ・バルキリーは、リアルな兵器と大胆な変形機構の両立を高いレベルで実現させ、この路線の可能性を広げました。

明けて83年には、さらに『装甲騎兵ボトムズ』、『超時空世紀オーガス』、『機甲創世記モスピーダ』、『銀河漂流バイファム』等、兵器のコンセプトを持ったロボットが立て続けにデビューし、現代ロボットの中に確固たる一流派を築き上げました。これがリアルロボット派、俗に**リアル系**と呼ばれる一群です。

一方、コン・バトラーVから連綿と続く流れも、決して絶えることはありませんでした。リアル系の台頭著しい83年以降も、『光速電神アルベガス』、『ビデオ戦士レザリオン』、『星銃士ビスマルク』等、悪辣な侵略者に敢然と立ち向かう無敵のスーパーロボットの血脈は受け継がれていったのです。

この流れを、リアルロボット派に対してスーパーロボット派、リアル系に対して**スーパー系**と呼んでいます。

両者の違いを端的に言い表すとすれば、リアル系は「機能美」を、スーパー系は「様式美」を重んじる傾向を持つということになるでしょう。

一般に、リアル系ロボットは「剣」よりも「銃」を好んで主武装とし、内蔵火器類は少なく、オプション兵装への依存度が高いという特徴があります。また、目、鼻、口といった顔の造作を嫌い、ゴーグルやマスクを好むこと、同様に露骨な動物形態も嫌うこと、正面投影面積が小さく、頭部や胸部が前後方向にボリュームを持つものが多いこと等があげられます。

Vガンダムやヴァーチャロイドなどのデザインで知られるカトキハジメ氏は、リアルロボットの条件として「世界観への貢献度」を指摘しています。「モビルスーツ」、「コンバットアーマー」、「ラウンドバーニア

ン」、「オーラバトラー」といった**総称**を持つことも、リアル系のそうした側面を現す特徴のひとつでしょう。

スーパー系はちょうど逆。「銃」よりも「剣」を好み、なおかつ「必殺技」を持つものが多いと言えます。多種多様な固定武装、オプション兵装も含め、使用時にその武器の名を叫ぶ習性があるので、研究する上で非常に助かります。こうした武装や装飾的意味合いの強い角、翼等のため、前後よりも左右にボリュームを増しがちで、その強さや頼もしさを視覚的にも訴えます。また、多くの場合、スーパーロボットはワン・アンド・オンリーであるが故に、特別な総称を持っていません。

無論、中にはこうした特色を備えていても、リアル系とスーパー系のどちらに分類すべきか判断の困難な例も存在します。『サイコアーマー　ゴーバリアン』や『伝説巨神イデオン』などはその格好の例と言えるでしょう。

リアル系とスーパー系。これが現代ロボットの2大分派です。『ガンダム』に始まるリアルロボットも、それまでのスーパーロボットに取って代わる存在ではなく、コン・バトラーV以降の現代ロボの系譜の中に位置づけられるべきであるという点に注意してください。とは言うものの、栄華を誇るリアルロボットに押され、スーパーロボットが絶滅の危機に瀕した時代があったこともまた事実です。

巨大ロボットの衰退と復興

1980年代中期。数多の後継者に加え、始祖の続編にあたる『機動戦士Zガンダム』をも得て勢力を強めてゆくリアル系ロボットたち。その勢いに押されてか、スーパー系のロボットは次第にその輝きを失ってゆきます。

コン・バトラーVの嫡流である東映&ポピー（現バンダイ）路線は、84年のレザリオンを最後に滅亡。新興のスタジオぴえろも『星銃士ビスマルク』と『忍者戦士飛影』の2作を輩出したにとどまり、期待された葦プロの『超獣機神ダンクーガ』も短命に終わります。『銀河旋風ブライガー』に始まるJ9シリーズを生んだ国際映画社は既に亡く、『六神合体ゴッドマーズ』の東京ムービー新社（現キョクイチ東京ムービー）も、『黄金戦士ゴールドライタン』のタツノコプロすらも、ロボットに対する興味を失っているようでした。

また、83年にクローバー、84年にはタカトクトイスと、70年代から重要なスポンサーであった玩具会社が相次いで倒産してしまいました。

クローバーは『ガンダム』、タカトクは『マクロス』のメインスポンサーであったことが暗示するとおり、この巨大ロボットの衰退は、隆盛を誇っていたリアル系をも襲います。88年、最後のリアル系ロボット・『機甲戦記ドラグナー』終了。後番組はフランスとの合作アニメ・『ユリシーズ31』。ロボットものではありませんでした。

伝統的なスーパー系ロボットも、戦隊シリーズを除いてほぼ絶滅。ロボットたちはその活躍の場をビデオメディアへと移してゆくことになります。北欧神話に言う神々の黄昏になぞらえ、**ラグナレク期**と呼ばれるロボットの暗黒時代が訪れたのです。

しかし、ロボットが絶滅してしまったわけではありませんでした。消えかかった灯を護り抜き、今日に伝えた功労者が、意外なところにいたのです。玩具オリジナルから生まれた日米合作作品、『戦え！超ロボット生命体トランスフォーマー』がそれです。

トランスフォーマー自体は、スーパー系にもリアル系にも分類されることのない特殊なシリーズでした。しかしそこには、長い年月をかけて築き上げながらもリアル系偏重の波に押されて停滞していた、現代ロボットの変形・合体の進化の歴史がありました。シリーズが進み、米国の手を離れて日本独自の展開を始めてから、その性格は一層強まります。味気ないと言われていた変形・合体が、あたかもスーパーロボットの発展過程をなぞるかのように、徐々に複雑さを増しつつありました。

こうしてスーパーロボットがトランスフォーマーの中で着々と復活の準備を進める一方で、リアルロボットの中にも新たなムーブメントが起こりつつありました。新世代**SD(エスディー)系**の誕生です。

デフォルメそのものは、児童誌やファンダムの場におけるお遊びやパロディーとして昔から日常的に行なわれてきました。しかし、ここに来て『チョロQダグラム』や『SDガンダム』のように実際に映像化されるものが出て来ました。特に後者は、既に原典である『ガンダム』を離れ、いくつものパラレルワールドが同時進行する、ギャグともシリアスともつかない独自の世界を展開し続けています。

そして、88年4月には、完全オリジナルである『魔神(マシン)英雄伝ワタル』が誕生。コミカルな中にも、往年のスーパーロボットを彷彿とさせるカタルシスを持った新機軸を打ち出しました。後に、現代ロボットの一翼を担うまでに成長するSD系ロボットは、まさに暗黒時代に差し込んだ一条の光明であったと言えるでしょう。

『ワタル』の後を受け、『魔動王(キング)グランゾート』が出現する1989年、トランスフォーマーは最終シリーズである『V(ビクトリー)』編を迎えていました。その主役ロボ・スターセイバーの勇姿は、かつてのスーパーロボット以上の絢爛たるものでした。

翌90年2月。実に5年ぶりのオリジナルスーパーロボットアニメ『勇者エクスカイザー』がスタートします。自意識を持つロボット生命体、主人公に劣らぬ変形・合体システムを持つパートナー・ロボット、主人公と心を通わせる少年の存在など、トランスフォーマーのコンセプトを色濃く受け継いでデビューしたエクスカイザー。スーパーロボットの復興という大役を果たし終え、トランスフォーマーたちは、この年を

最後に本来の玩具オリジナルの世界に帰って行きました。
　そして90年代、長かったラグナレクは終焉を迎え、スーパーロボット百花繚乱時代が再び幕を開けたのです。

巨大ロボットの現在・多様化と拡散

　90年代のロボットは非常に多彩です。まず『勇者エクスカイザー』に始まる勇者シリーズ、『絶対無敵ライジンオー』『元気爆発ガンバルガー』『熱血最強ゴウザウラー』のエルドラン三部作に代表されるオリジナルのスーパー系。『ゲッターロボ號』や『超電動ロボ鉄人28号FX』等、スーパー系の中でもリバイバル性の強い一群。
　それらと重なる部分を持ちつつ、ノスタルジックなビジュアルで攻める『ヤマトタケル』や『機神兵団』、『ジャイアントロボ』等のネオ・クラシックとでも呼ぶべき勢力。『NG騎士ラムネ&40』、『覇王大系リューナイト』等、すっかり定着した感のあるSD系。『ガンダム』、『マクロス』という2大ブランドの復活で新境地を切り開いたリアル系。さらに、戦隊とメタルヒーローの2本柱に加えて『電光超人グリッドマン』や劇場版『ヤマトタケル』、『ゴジラvsスペースゴジラ』等、特撮作品にも多数のロボットが登場。
　少女マンガのセンスを持ち込んだ『魔法騎士レイアース』や『天空のエスカフローネ』、オタク性を前面に押し出した『新世紀エヴァンゲリオン』、『機動戦艦ナデシコ』といった異色作も出現しました。
　現代ロボの進化は、マーチャンダイジングと密接な関係にあります。リアル系、スーパー系、SD系の3つの柱は、どれも玩具での展開を意識したものでした。ロボットものと呼ばれるジャンルは、ロボット玩具（あるいはホビー）を販売するために発展して来たと言って良いでしょう。
　ところが昨今、玩具化を前提としないロボットが急増して来ました。コミックやライトノベル、OVA、ビデオゲーム等、玩具のパブリシティとしての側面を必要としないメディアにも多数の巨大ロボットが登場し、お互いにアニメ化、コミック化、小説化、ゲーム化といった相互乗り入れ、もしくは同時展開が盛んに行なわれています。
　その結果、ロボットもののカテゴリに入らない作品群にも、多種多様なロボットが登場するようになりました。巨大ロボットというモチーフが広範に認知され、浸透したことをよく表す現象です。
　しかし、言い換えれば、これはロボットが主役の座を追われたということでもあります。そうしたロボット群に、商品化を前提としたそれに匹敵する活躍の場が与えられることは少なく、高度で斬新な変形・合体を望むことも難しくなりました。数こそ増加したものの、ロボットとしてはむしろ現代ロボット以前の状態に退化してしまったのです。
　1998年。『勇者王ガオガイガー』終了。スーパーロボットの復活を告げた勇者

シリーズが、奇しくもその幕引きをも務めることとなりました。気がつけば、あれだけいたロボットたちはことごとく拡散・消滅し、入れ代わりに『トランスフォーマー』と『ワタル』が復活していました。ラグナレクの再来です。しかし前回と違い、今回は我々にロボットに対する欲求の自覚があります。姿を消したロボットたちも、失われた存在意義を問い直すべく天に地に散って行ったに過ぎません。目前に迫った21世紀へ向け、彼らの復活の確信と期待を込めて、この章をしめくくりたいと思います。

【2】変形

変形と合体

単体で活動可能な別の形態に変形する機能を持ったロボットを**変形ロボット**、複数の部分の合体によって完成するロボットを**合体ロボット**と呼びます。

変形ロボットと合体ロボットは、どちらが先に生まれたのでしょうか。

一般に、変形ロボットの第1号は1975年の『ライディーン』、合体ロボットの第1号は74年の『ゲッターロボ』だと言われています。72年の『マジンガーZ』も、ホバーパイルダーやジェットスクランダーとのドッキングを考慮すれば、厳密には合体ロボットと言うことができるかもしれません。こうしてみると、合体ロボットの方が変形ロボットよりも歴史が古いように見えます。

しかし、73年の『ジャンボーグA』や、66年の『マグマ大使』を忘れてはいけません。敵メカまで含めれば、それ以前にも変形や合体をおこなったロボットはいくつか存在していました。どうやら、この議論には意味がなさそうです。

どちらが先に生まれたのかはともかくとして、変形ロボットと合体ロボットは、ほぼ並行して進化して行きました。作品タイトルを見るかぎり、変形ロボットよりも合体ロボットの方が圧倒的に多いように思えます。

しかし、一部の例外はあるにせよ、合体ロボではあっても、合体に際して変形を行う必要があり、そこに要求されるノウハウはまさに変形ロボットのそれなのです。

ライディーン以降の変形ロボットを見てみましょう。翌年の『グロイザーX』、続いて『惑星ロボ　ダンガードA』、『大鉄人17』(『スパイダーマン』)。この辺までは基本的に1種類の変形パターンしか持たない**単純変形**の時代です。78年、複数の変形パ

ターンを持つ本格的な**多段変形**ロボ、『無敵鋼人ダイターン3』が誕生。『無敵ロボ　トライダーG7』や『銀河旋風ブライガー』を経て、82年のバルキリー（『超時空要塞マクロス』）に受け継がれました。既にリアル系ロボットの台頭が始まっており、変形・合体ロボットそのものが廃れる傾向にありましたが、バルキリーによって生き残りの道が見出されたのです。しかし、リアル系との融合は、結果的に変形ロボットの方向性を見誤らせたらしく、当のバルキリーを残してこの路線はほぼ絶滅してしまいます。ラグナレク以後、2号ロボの登場が定着すると、1号は合体ロボ、2号は変形ロボというシフトがセオリーとなり、再び活性化。現在、新世代のトランスフォーマー『ビーストウォーズ』のヒットが続いています。

　合体ロボットの方はどうでしょうか。『ゲッターロボ』以降、『鋼鉄ジーグ』や『大空魔竜ガイキング』など各構成部分が単独活動能力を持たない**パーツ合体**ロボの時代がしばらく続き、76年の『コン・バトラーV』によって**単純合体**ロボが本格化。構成部分である**分体**メカも、戦闘機、タンク、人型ロボット、獣型ロボットと、多様化の一途をたどります。

　また、『無敵超人ザンボット3』や『伝説巨神イデオン』に見られるように、分体メカが多段変形能力を持つものも誕生。『六神合体ゴッドマーズ』は究極の合体プロセスを描き出し、『機甲艦隊ダイラガーXV（フィフティーン）』は15機合体を実現。まさに合体ロボの黄金時代でした。

　ラグナレクの時代、一時的に停滞はしたものの、トランスフォーマーや戦隊ロボの中で進化を続け、2号ロボとの**強化合体**が定番化。究極大獣神（『恐竜戦隊ジャウレンジャー』）、グレートガンバルガー（『元気爆発ガンバルガー』）、グレートダ・ガーンGX（『伝説の勇者ダ・ガーン』）等が覇を競う90年代初頭に最大のピークを迎えました。それ以降はバブル崩壊にともなって徐々に単純化。システムよりもフォルムを重視する傾向の中、大きなブレイクスルーもないまま現在に至っています。

変形の3要素

「変形」には、大別して2種類あります。ひとつは、マグマ大使やジャンボーグAに見られる**不完全変形**。巨大ロボットではありませんが、フレンダー（『新造人間キャシャーン』）、ポリマー（『破裏拳ポリマー』）、キョーダイン（『宇宙鉄人キョーダイン』）などもこれにあたります。「変形」よりも「変身」と呼んだ方がふさわしい、各部外装・構造の移動が把握しにくいタイプの変形です。

　発展途上ゆえの便宜的表現、悪い言い方をすれば「誤魔化し」の手段として一段低い評価を受けていましたが、映画『ターミネーター2』でモーフィングが効果的に使用されてからは、むしろ高度なテクノロジーにより実現されるものという解釈も生まれて来ています。

　もうひとつは、ライディーン、ダンガー

ドA、ダイデンジン（『電子戦隊デンジマン』）、ブライガーなどに代表される**完全変形**です。こちらは、変形の過程を観察すれは、ほぼ明確に構造を把握することが可能です。

前者を「仮性変形」、後者を「真性変形」と呼ぶ場合もありますが、なんとなく下品なので、なるべく使わないようにしましょう。この講義の中で扱うのは、主に後者の完全変形です。今後、単に「変形」と言った場合、特に断りのないかぎりは後者の完全変形を指すと考えてください。

さて、変形の要素は、おもに次の3つであると言われています。

（1）変形対象とその数
（2）変形過程
（3）変形前後のフォルム

（1）**変形対象とその数**　とは、いかなる形態に変形するのか、何種類の形態に変形するのかを意味します。これについては、次節で詳しく述べることにします。

（2）**変形過程**　とは、変形そのものの完成度を意味します。理想的な変形は、その過程のいかなる部分であっても一個体であることが維持されているべきです。

変形中に一旦分離が必要であったり、形態によって**補助パーツ**や**余剰パーツ**等、構成部分の過不足が発生するようなことは、極力避けなくてはなりません。85年のダイレオン（『巨獣特捜ジャスピオン』）等は美しい変形と言えます。余剰パーツの発生が避けられなくとも、それが内部に収納可能であったり、銃や楯として機能するような工夫がなされていれば、評価の対象となります。

77年の『超合体魔術ロボ　ギンガイザー』では、グランファイター、ブルゲイター、スピンランサーの変形時に発生する余剰パーツが合体し、アローウィングという第4のメカとなるシステムでした。93年の『勇者特急マイトガイン』に登場するボンバーズは、各人の銃がトレインモードでのジョイントに使用されています。

（3）**変形前後のフォルム**　とは、変形の過程に対する結果を意味します。空中分解しかけたジェット戦闘機のようなロボットや、キャタピラの上で大仏がヨガの修行をしているような突撃戦車、裏返すと四角四面の仏頂面が直立不動でじっとこちらを見つめているスポーツカーなどは、できれば見たくないものです。

変形前と変形後を、いかにかけ離れたシルエットとし、また双方をいかに美しいプロポーションとするか。これは、変形というフィーチャーの求める根源的なテーマのひとつです。82年の『超時空要塞マクロス』に登場するバルキリーは、変形の過程、変形前後のフォルムの双方において非常に優れた傑作変形ロボットでした。しかし、それが不幸の第一歩でもあったのです。次節では、そのあたりの歴史的経過も含め、（1）**変形対象とその数**について述べてゆきます。

単純変形と多段変形

便宜上、人型のロボット形態を基本形と考えた場合、変形対象が1種類のみの変形ロボットを**単純変形**のロボットと呼びます。ここでいう変形対象とは、単体で活動可能なメカ、あるいはロボットを言い、合体ロボットの腕や脚などの構成部分は除外されます。変形対象のうち、メカは**飛行形態**、**走行形態**、**艦船形態**、**武器形態**、**待機形態**の5種類に分類され、それぞれには以下のようなものが含まれます。

飛行形態：戦闘機、ロケット、ヘリコプター、鳥型飛行体
走行形態：4輪車、トレーラー、列車、戦車、バイク、ドリルタンク
艦船形態：宇宙船、空母、潜水艦
武器形態：キャノン砲、銃、剣
待機形態：要塞基地、偶像、その他のオブジェクト（球体等）

変形対象としてのロボットは、大半が**獣型形態**ですが、まれに**人型形態**を取るもの、つまり別の姿のロボットに変形するロボットもあります。このうち、獣型はさらに**猛獣型**、**鳥類型**、**爬虫類型**、**昆虫型**、**その他**に分類され、主として以下のようなものが含まれます。

猛獣型　：ライオン、虎、狼、猛牛、マンモス、ペガサス
鳥類型　：鷲、鷹、鳳凰、フェニックス
爬虫類型：恐竜、翼竜、ドラゴン、ワニ、カメ
昆虫型　：カブトムシ、クワガタムシ、バッタ
その他　：サメ、イルカ、クジラ、カエル、カニ、クモ、イカ等

おおよそ思いつく生物・無生物のすべてが対象となり得ると言って良いでしょう。『マシンロボ　クロノスの大逆襲』に登場した岩石超人に至っては、なんとただの石コロに変形してしまうというすさまじいものでした。

また、やや反則気味ですが、**半人型**というカテゴリもあり、上半身が人型、下半身がメカ、あるいは動物の姿をしたものがこれにあたります。単純変形のロボットでは滅多に見かけませんが、合体ロボットの中にはゲッター3（『ゲッターロボ』）やペガサスセイバー（『伝説の勇者ダ・ガーン』）等の例があります。

次に、複数の変形対象を持った**多段変形**のロボットです。フレンダーやポリマーの印象が強かったためか、その歴史は古いように思われますが、本格的な多段変形のロボットは１９７８年の『ダイターン3』が第1号となります。以後、変形バリエーションの数を競う戦いが始まるかに見えましたが、僅か2年後の『トライダーG7』によってあっさり究められてしまい、ムーブメントとなるには至りませんでした。もっとも、そのトライダーにしても、単体の変形

と言えるのはＧ７、イーグル、コスミックの３つだけで、残る４つは頭部のみの変形、および補助パーツとの合体形態となっています。翌81年に登場した『ブライガー』も、ブライスター、ブライサンダー、ブライガーの３段変形にとどまっており、変形対象数の限界を感じさせました。

多段変形のロボットも、変形対象となる形態は単純変形のロボットと同じです。ただし、82年に登場したバルキリーにより、**中間形態**というまったく新しいコンセプトが変形対象のバリエーションに追加されました。ガウォークです。飛行形態（ファイター）とロボット形態（バトロイド）の中間に位置する、メカとも人型とも獣型とも言い切れないユニークなフォルムを呈しています。

前述のとおり、バルキリーは変形過程と変形前後のフォルムの双方を高レベルでクリアしている優れたロボットです。ガウォークそのものも秀逸なアイディアでした。

しかし、多くの追従者たちは、中間形態を、変形過程の副産物ではなく、メカとロボットの中間という意味と捉えてしまったようです。

結果、リアル系ロボットを中心に、メカともロボットともつかない、要するに「なんだかわからない」デザインが横行するようになってしまいました。この現象を俗に**ガウォーク・シンドローム**と呼び、80年代後期に起こった巨大ロボットの衰退、ラグナレクの遠因となったと考えられています。

神童・バルキリーによって見いだされたリアル系ロボットとスーパー系ロボットの融合の途は、結局は迷走し、失敗に終わったと言うことができるでしょう。

しかし、そうした混乱をよそに独自の進化を続けたのがトランスフォーマーです。数百に及ぶトランスフォーマーたちは、あらゆるメカ、動物、日用品にまで変形対象を広げ、３段変形をこなすトリプルチェンジャーも次第に増加。やがて６段変形のシックスショットやシックスナイトを生みました。後の勇者シリーズでは、ついに史上最高の７段変形ロボ・セブンチェンジャーを輩出するに至っています。

現在、トランスフォーマーは『ビーストウォーズ』を展開中。ゴリラやネズミ、ハサミムシやゾウムシをも変形対象に加えて、さらに前人未到の領域へと足を踏み入れています。変形ロボットの可能性はまだまだ広がってゆきそうです。

【3】合体

合体の3要素

変形ロボットと同様、合体ロボットにも**不完全合体**と**完全合体**があります。不完全合体とは、不完全変形を含む合体を指し、『ゲッターロボ』および『ゲッターロボG』、『破邪大星ダンガイオー』、『KO世紀ビースト三獣士』の神霊王、『魔法騎士(マジックナイト)レイアース』の合体レイアースなどがこれにあたります。合体ロボットは、追究すべきテーマが変形ロボットとは異なるため、これらが問題となることはあまりありません。

合体の3要素とは、次の3つを言います。

（1）分割ラインと分体数
（2）分体形態
（3）合体方式

（1）**分割ラインと分体数**　は、1体のロボットを、いかなるカッティングラインをとっていくつの構成部分に分割するかという問題です。どこでいくつに切るか、言い換えれば、何体合体のロボットにするかということでもあります。**分体**とは、それぞれの構成部分のことです。この分体の数によって2体合体、3体合体、4体合体……等と言い表します。この分体数により、分割ラインにはいくつかのパターンがあります。

2体合体：バーティカル型（上半身＋下半身、頭部＋胴体）
　シンメトリー型（右半身＋左半身）
3体合体：バーティカル型（頭部および胸部＋胴体および両腕＋脚部）
　シンメトリー型（胴体＋右腕および右脚＋左腕および左脚）
　デルタ型（胴体＋右脚＋左脚、胴体＋右腕＋左腕）
5体合体：バーティカル型（頭部＋胸部および腕部＋胴体＋大腿部＋下腿部）
　ペンタグラム型（頭部＋胴体＋右腕＋左腕＋右脚＋左脚）

4体合体や6体合体も、それぞれ3体合体、5体合体を基本としており、既に人型を成した状態に追加的に合体するケースが多いようです。これ以上の分体数となると、82年の『ダイラガーXV』で試みられた15体合体が有名ですが、分割パターンとしては単純に関節をジョイントとしており、ペンタグラム型のバリエーションと言えそうです。分体数は多ければ良いというものではありません。3体から5体程度の分体数で、各分体間のサイズ差が少なく、なおかつ斬新な分割ラインを持つことが理想です。

（2）**分体形態**　とは、文字通り分体の形態を意味します。75年の『鋼鉄ジーグ』、翌76年の『ガ・キーン』や『ガイキング』のような**パーツ合体**のロボットを除き、それぞれの分体は単体でも活動する能力を持って

いるのが普通です。

分体の形態は、大きく分けて**メカ**、**（人型）ロボット**、**獣型ロボット**の3種類に大別することができ、どのタイプ同士が合体するかによって**メカ合体**、**ロボ合体**、**獣型合体**、**複合合体**などと呼ばれます。

80年の『宇宙戦士バルディオス』は3体デルタ型メカ合体、76年の『ＵＦＯ戦士ダイアポロン』は3体バーティカル型ロボ合体、81年の『百獣王ゴライオン』は5体ペンタグラム型獣型合体、79年の『未来ロボダルタニアス』は3体バーティカル型複合合体の典型例です。なお、77年の『無敵超人ザンボット3』におけるザンバード（戦闘機から人型ロボット・ザンボエースに変形）のように、分体の一部または全部が、合体ロボットの構成部分以外に2つ以上の形態を持つものは、一括して**変形合体**と呼ぶこともあります。逆に、合体ロボットの構成部分にのみ変形できるものを、変形合体に対して**単純合体**と呼びます。

分体の大半は、合体に際して変形をともなうため、ここに変形ロボットのノウハウが生かされます。変形対象とその数、変形過程、変形前後のフォルムが重視されるのも変形ロボットと同様で、余剰パーツや補助パーツが発生しないこと、どの形態でもフォルムが整っていることなどが優れた分体の条件になります。

分体形態が人型、または獣型ロボットを含む場合、その分体は独立した変形ロボットとして評価することが可能です。ただし、合体ロボットの構成部分形態では、通常、単独活動能力を持たないため、変形対象の数には加えません。『六神合体ゴッドマーズ』（81年）の各六神ロボのように、構成部分にのみ変形可能なロボットは、**準変形ロボット**と呼んで一般の変形ロボットとは区別されます。

次節では、最後の要素である（3）**合体方式**について述べてゆきます。

様々な合体ロボット

さて、前節では合体ロボットの要素として分割ラインや分体の変形について述べました。しかし、この方法で評価するには不適切なロボットがあります。

79年の『闘士ゴーディアン』は3体のロボットが合体して完成しますが、分割ラインや分体形態について語ることは難しいでしょう。また、90年代に増加した1号ロボと2号ロボが合体するタイプの多くも、腕や脚といった人体に置き換えることのできない分体構成になっています。これらのロボットは、**合体方式**が異なっているのです。

分割ラインによって評価できるタイプの合体方式を**結合合体**と呼びます。人型をいくつかの部分に分割し、それらを結合することによって完成するタイプの合体方式であり、合体ロボットの主流となっています。合体が完了して初めて人型を獲得することが特徴です。

分体に人型ロボットが含まれている場合も、合体に際しては人型を捨て、腕や脚等の構成部分に変形します。

一方、ゴーディアンのような合体方式を、**多重合体**と呼びます。分体が、より上位の分体の内部に収納される合体方式で、どの分体がどの部分を構成するというような説明が不可能であるのが特徴です。

上位の分体は、下位の分体を収納するために胴体の大部分が空洞となっています。ゴッドマーズ（81年『六神合体ゴッドマーズ』）のように一部のみこの方式を取り入れたものや、キングエクスカイザー（90年『勇者エクスカイザー』）のように多重合体でありながら各分体が変形機能を持つものもあります。

多重合体は、合体が完了すると下位の分体を外部から確認することは困難になりますが、逆に下位のロボットの大部分が露出し、腕や脚の関節は素体となる下位のロボットのものをそのまま使用するタイプの合体があります。

これは**装着合体**と呼ばれる合体方式で、スーパーライブロボ（88年『超獣戦隊ライブマン』）から定番化した、2号ロボが1号ロボの強化パーツとなって各部に合体するタイプのロボットのほとんどがこれにあたります。

それ以前にもハイパースラングル（83年『亜空大作戦スラングル』）やスーパーガンダム（85年『機動戦士Z（ゼータ）ガンダム』）等の例があり、合体によって名称が変化することが特徴です。従って、マジンガーZとジェットスクランダーの合体などはこれに含まれません。

また、合体方式としては結合合体にあたる場合が多いものの、2種類以上の完成形態を持つロボットがあり、これを**組換**（くみかえ）**合体**方式と呼んでいます。

ゲッターロボを考えると理解しやすいでしょう。同一の3機の分体が、組み換えによって3種類のロボットに合体します。ダイケンゴー（78年『宇宙魔神ダイケンゴー』）はダイケンベースに、ZZ（ダブルゼータ）ガンダム（86年『機動戦士ガンダムZZ（ダブルゼータ）』）はGフォートレスに、ジェットイカロス（91年『鳥人戦隊ジェットマン』）はイカロスハーケンに組換合体が可能です。一旦分離をともなう変形の一種とも考えられますが、各分体が独立活動能力を持つことが特徴です。

これと似たケースが**共有合体**方式です。一部の分体を共通パーツとして使用し、別の完成形態を得るタイプです。これは79年のファースト『ガンダム』が典型例です。

コアファイターを共有分体として、ガンダム、ガンキャノン、ガンタンクという3種類のロボットに合体することができます。GブルやGスカイなどもガンダムのパーツを共有した共有合体です。92年『恐竜戦隊ジュウレンジャー』の大獣神と剛龍神、翌年『五星戦隊ダイレンジャー』の大連王と牙大王は、中心となる胴体以外の部分を共

有した例です。

　これらの合体方式は、1体のロボットの中で併用されるケースが珍しくありません。多重合体の例として引いたキングエクスカイザーは、エクスカイザーを共有分体としてドラゴンジェットとの多重合体によりドラゴンカイザーとなるばかりか、ドラゴンジェットがキングエクスカイザーに装着合体してグレートエクスカイザーとなる機構をあわせ持っています。

　組換合体で紹介したジェットイカロスは、さらにジェットガルーダと合体してグレートイカロスとなり、このグレートイカロスも組換合体を行なってハイパーハーケンとなります。共有合体の例である大連王はそれ自体が龍星王と4体の気伝獣による装着合体であり、気伝獣は天空気殿への組換合体もこなすだけでなく、ウォンタイガーを収容したダイムゲンと合体して重甲気殿が完成するという非常に混み入ったシステムを持っています。

　90年代前期は、こうした高度で多元的なシステムを持つ合体ロボットが多数存在しました。合体方式の面でめざましい進歩を遂げたのです。

　90年代も後期になると、徐々に変化が起こり始めました。**最終完成形態**の欠如です。最終完成形態とは、合体システム全体の中で個体数がもっとも少なくなる状態、簡単に言えば「全部合体した状態」を言います。

　最終完成形態の理想は、1体の巨大ロボットとなることとされて来ましたが、これがあまり重視されなくなってきたのです。1作品に多数のロボットが登場するという点は変わりませんが、それぞれがシンプルにまとまっており、相互に合体するような複雑なシステムはほとんど見られなくなりました。むしろ各々のフォルムやアクションに力が入れられ、一定のコンセプトで豊富なバリエーションを展開する方向性にシフトしているようです。この傾向は、もうしばらく続くと思われます。

　しかし、合体というフィーチャーが持つカタルシスには、何物にも代えがたいプリミティブな魅力があります。いつの日かまた驚天動地のシステムを備えた見たこともない合体ロボットが、我々の前に姿を現すことに期待しましょう。

　さて、いかがだったでしょうか。

　見る人によっては皆同じに見えてしまう数々の巨大ロボットにも、下地があり、革命があり、繁栄と衰退がありました。明確に見えるリアルロボットとスーパーロボットの境界には大きなグレーゾーンが横たわり、変形・合体のシステムに目を移せば、ひとつとして同じものはなく、それでいていくつもの共通点があることに気付くでしょう。

　今回は詳しく取り上げなかった**定形ロボ**にも基本があり、応用があり、反則技があります。武器や操縦法ひとつとっても、分析すべきポイントは無数に存在します。

こうした特徴を洗い出し、体系化する作業は楽しいものです。難解で複雑に感じられたシステムがすっきりと図式化できたり、似ても似つかないロボット同士の間に意外な関係を発見できた瞬間にもまた格別の達成感があります。巨大ロボットは国内ではもっともポピュラーな素材でありながら、研究の立ち後れている分野です。この講義により、この分野に興味を持つ方が一人でも増え、その研究の足掛かりにでもなれば、これにまさる幸せはありません。

【この講義の読み方】学長・岡田斗司夫

▼二大幼年誌「コロコロ」「ボンボン」は、その絶大なる影響力に比して、不当に評価されていない媒体である。「マンガ評論家」を名乗る人は多いが、この二誌を読んでる人など皆無だ。僕自身、「BSマンガ夜話」というNHK衛星の番組で、多数の「プロのマンガ読み」の方々と会ったが、彼らの中で「コロコロ」「ボンボン」を毎月読んでいる、という人は一人もいなかった。三流エロ劇画や少女マンガを読む評論家はいても、この二百万部以上売れている幼年誌を読むマンガ批評家などいないのだ。▼この西谷氏の講義は、知られざる超メジャー「コロコロ」「ボンボン」を、その対立・競争を主軸に解説していただいたものである。児童文化に詳しい氏だからこその、具体的な年度・作品で語られる抗争史である。▼マスメディアが「ついにマガジンが少年ジャンプを抜いた！」などと報じている水面下では、ここまで熱いバトルが繰り広げられていたのだ。

子供文化のオピニオンリーダーの座をめぐり、両誌の抗争は続く

【講師略歴】西谷有人 にしや ありと

エロゲー雑誌や声優雑誌の編集を経てフリーになる。現在、雑誌の読者ページ構成やゲーム原画集の編集などに腕をふるいつつ、いっそうの名声獲得を画策する日々。変形玩具とマジック・ザ・ギャザリングをこよなく愛する。代表作に『ノストラダまス』（彩文館出版・共著）、『ビーストウォーズ テレビ百科』（ソニーマガジンズ 構成・執筆）などがある。

「コロコロvsボンボン、かく戦えり」

特講【児童文化戦史】

【講師】…西谷有人（コロコロ・ボンボン愛読者）

コロコロコミック（小学館刊）とコミックボンボン（講談社刊）。いずれも、単なるマンガ雑誌の域を越えて、小学生男子の文化を牽引する、重要な情報源となっている月刊誌である。

ミニ四駆、ポケモンなどの情報を独占するコロコロに対し、ボンボンはガンダムやメダロットを軸とした誌面を展開。両誌の戦いはあたかも、「子供の遊びの世界」という、狭いフィールドを奪い合う陣取り合戦の如しである。子供世界に存在するすべてのものは、コロコロ陣営かボンボン陣営の、いずれかに属していると言ってしまってもいいだろう。

だが現在、この両誌の力関係は、決して対等なものとは言えない。

実売部数で言うと、コロコロ２００万部、対してボンボンは70万部。そこには実に3倍もの開きがあるのだ。書店店頭を見ても、両誌の店頭での扱い、入荷数などに、はっきりとした差が見て取れるだろう。

ポケモン、ミニ四駆、ハイパーヨーヨー
——コロコロの豊富な戦力

コロコロコミック。先述したように、毎号実売２００万部以上を売り切る、まさに化け物雑誌である。

その人気の要因として、真っ先に挙げられるのが『ポケットモンスター』だろう。原点となったゲームボーイ版ゲームは、ＲＰＧとしては本来、とっくに「賞味期限切れ」のはずであるが、コロコロではゲーム発売元の任天堂と歩調を合わせて、全国規模のトーナメント大会「ポケモンリーグ」を開催。対人対戦ゲームとしての側面を強調している。

ポケモンの猛威は、ゲームボーイのみにとどまらない。市場で圧倒的な売り上げを見せている各種の関連商品の情報も、コロコロの独占に近い状態である。中でも、国産トレーディングカードゲーム最大の成功例とされる『ポケモンカードゲーム』は、小学生に限らず幅広い年齢層の支持を得ている。

ポケモンと双璧をなす、コロコロの看板商品が「ミニ四駆」である。現在も、アニメにもなっている連載マンガ『爆走兄弟レッツ&ゴー!!ＭＡＸ』（こしたてつひろ）を中核としてブームを牽引し続けている。

さらに、これも小学生男子の間で高い人気を誇る玩具『ビーダマン』（タカラ）。変形・合体機構なども含めた玩具的色彩の強い「爆外伝」シリーズと、本体に様々な強化パーツを装着し、射的などの競技を行なう「スーパービーダマン」シリーズの２つに分化しており、現在ＴＶ放送中のＴＶア

『ビーダマン』関連の記事。手法としてはミニ四駆の記事と酷似している（コロコロ98年7月号）

ニメは前者の「爆外伝」をモチーフとしているのだが、コロコロ本誌では、主に「スーパービーダマン」シリーズの方を重点的に取り扱っている。さらに「爆外伝」の方も、別冊コロコロでマンガを連載するなど、しっかりとフォローすることを忘れていない。

バンダイより発売中の『ハイパーヨーヨー』の情報も、事実上コロコロの独占状態だ。「THPジャパン」という公認団体を発足させ、「中村名人」なる人物をイメージキャラクターに据えてキャンペーンを展開している。

ルアーを用いたバスフィッシングを、子供たちの間に広めるべく、毎号かなりのページを割いているのもコロコロだ。当初は「いかにコロコロといえども、子供の世界に釣りブームを起こすのはムリだろう」などとささやかれていたものだが、一旦中断していたTVアニメ『グランダー武蔵』が再開し、バンダイから各種の釣りアイテムが立て続けに発売されているところを見ると、コロコロの戦略はここでも一定の効果を上げていると認めざるを得ないだろう。

こうした、コロコロ陣営の情報展開をサポートするのが、TV東京系列で、月～金曜の朝六時四十五分より放送されているTV番組『おはスタ』である。

事実上、コロコロの支配下にあるこの番組の中で、上記の様々なアイテムに関する情報を毎日提供しているのだ。毎日登校前にこれを見せられては、子供たちの頭の中が「コロコロ」的世界観で塗りつぶされてしまっても無理はないだろう。吉本興業の芸人たちを昆虫に模した『ヨシモトムチッ子物語』も、『おはスタ』とコロコロが共同でもり立てている企画である。

コロコロを陰から支える屋台骨としての『ドラえもん』も忘れてはいけない。普段は比較的地味な扱いなのだが、新作映画の公開直前には、映画のコミカライズを『大長編ドラえもん』として掲載し、これが結果的に、毎月の誌面構成にメリハリをつける役割を果たしていると言えよう。

苦戦のボンボン
―ガンダム、メガロット、ビーストウォーズ

では、これに対してもう一方の雄、コミックボンボンの内容はどうか。

現在のボンボンが最も力を入れ、表紙および巻頭特集に据えているのが『メダロット』。イマジニアより発売中のゲームボーイソフトであり、明らかに「ポケモン」を強く意識した作品である。

次にボンボンが強く推しているのが、TVアニメ『ビーストウォーズII』。玩具先行

現在、ボンボン最大の看板作品が、この『メダロット』
（ボンボン98年3月号）

型のアニメーションで、登場キャラクターのほとんどすべてが変形玩具として発売されているのが特徴と言える。

もちろん『ガンダム』も健在である。「ボンボンと言えばガンプラ」、この認識は、現在でも決して間違いではない。ひたすら独自の路線を突っ走る「BB戦士」(SDガンダムのプラモデル)を中心に、アニメのガンダムシリーズもフォロー。ただし、現在TVで放送中の作品ではないため、記事内容には苦心の痕もうかがえる。

『バトルトップ』に関する情報も、ボンボンが完全に独占している。これは人気ゲーム『ぷよぷよ』のキャラクターを借りた独楽(コマ)であり、透明カプセルの中で回転するジャイロの重さや重心をカスタマイズしながら、ベーゴマ風に戦わせたり、エンピツの先端で回したりといった趣向で楽しむというものである。またトレーディングカードゲーム『ザ・ミラクル・オブ・ザ・ゾーン(MOZ)』も、ボンボンだけで情報展開しているアイテムだ。

……さて、現時点におけるコロコロとボンボン、両陣営の「戦力」は、おおむね以上のような感じである。これらを読んで、皆さんはどういった感想をお持ちになったであろうか。

私としては、本当はここで「両者はそれぞれ強力な手駒をかかえており、互いに激しい戦いを繰り広げている」という主旨のことを書きたいのである。しかし、こうして改めて並べてみると、「こりゃキツいよなぁ」という言葉しか出てこないのが実情である。

ポケモン、ミニ四駆、ヨーヨー……。コロコロの擁するホビーたちは、いずれも自信を持って「子供たちの間で流行っている」と言い切れるものである。「釣りは、どうかなぁ?」といぶかしむ向きもあるかもしれないが、とにかく玩具店の店頭を見わたせば、いたるところにコロコロの息のかかった商品が散見できるはずだ。

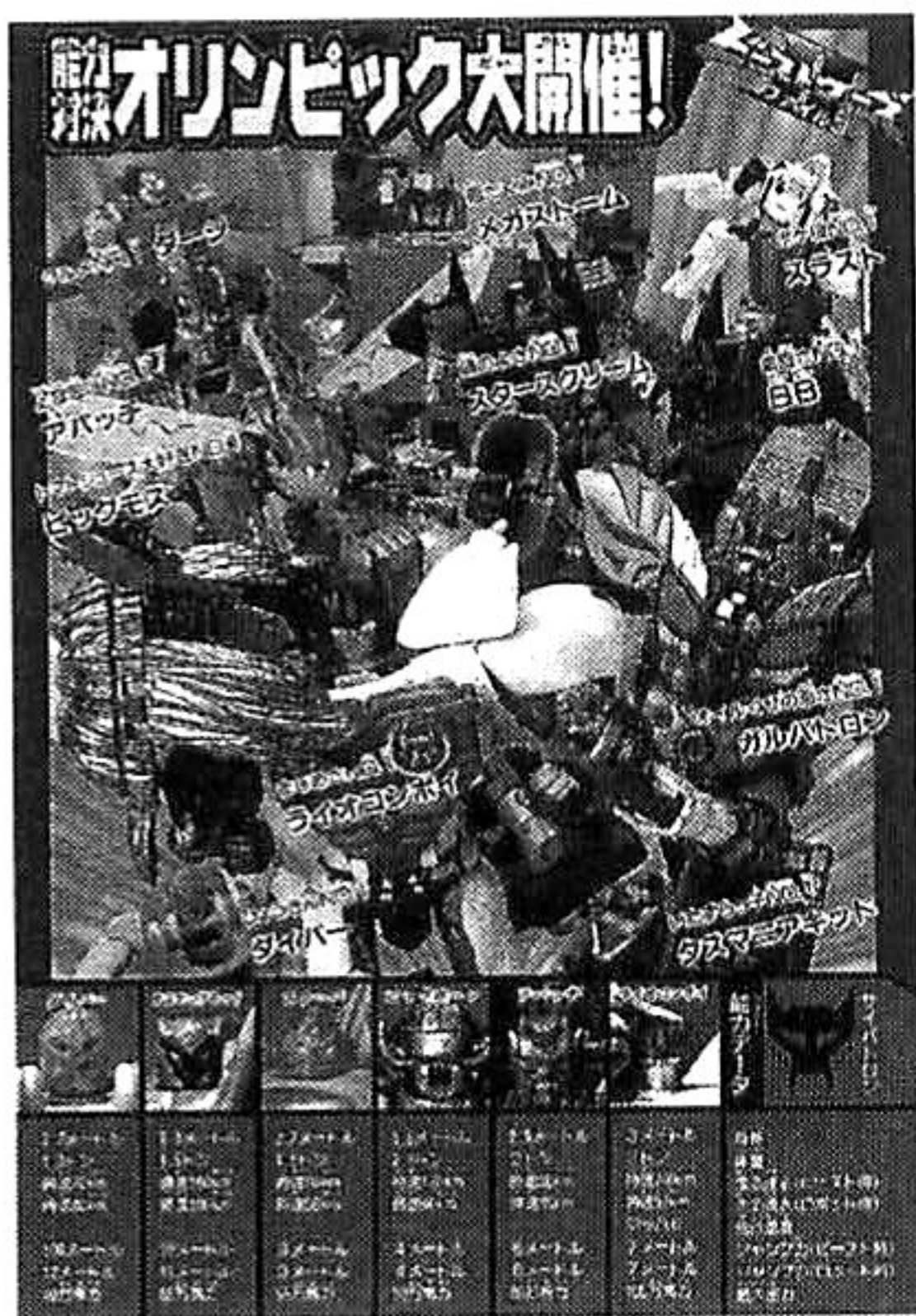
これと較べて、ボンボンはどうだろうか。児童文化や玩具業界に詳しい人を除いては、『メダロット』や『バトルトップ』の名を知る人は少ないのではないだろうか。ましてや、それらが子供たちの間で爆発的に流行していると考える人は、恐らくいないだろう。

『ビーストウォーズ』シリーズは、たしかに男児玩具の世界では異例の売れ行きを見せている商品ではあるが、いくら売れているといっても、『ポケモン』関連商品の売り上げに較べればかなり見劣りがしてしまう。それに、その名が広く注目され始めたのは、昨年のクリスマス商戦の前後からだったのに対して、ボンボンが『ビーストウォーズ』を大きく取り扱うようになったのは、それから半年も経過した後のこと。これでは対応が鈍いといわれても仕方があるまい。

それでも、『メダロット』と『ビーストウォーズ』を二大看板としている現在は、まだいいと言えるだろう。93年頃からつい最近にかけて、実に足掛け6年ものあいだ、『ガンダム』をも上回る勢いで大々的に特集され続けたボンボン最大の看板作品は、な

んと『ロックマン』だったのである。

たしかに『ロックマン』シリーズは面白い。それなりの人気もあるだろう。だが、いくらなんでもこれだけの期間、表紙と巻頭ページを『ロックマン』に費やすことはないではないか。家庭用ゲーム機の歴史の中で、『マリオ』よりも『ストII』よりも『ファイナルファンタジー』よりも『ロックマン』の方が重要だった時期が、果たしてあったたろうか。

ボンボン陣営の戦力不足は明らかであり、戦況は深刻な域に達していると言わざるを得ないだろう。

『ビーストウォーズ』は、玩具の紹介記事を中心に展開（ボンボン98年7月号）

コロコロとボンボン。この二誌は、いつの間にこんなに差がついてしまったのか？ 両誌の抗争の歴史の中から、その原因を探り出していきたい。

80年代末――抗争表面化

創刊当初より、出版界内でのニッチ（生存圏）を同じくするもの同士として、激しく覇を競ってきたコロコロとボンボン。その対立の構図がわかりやすく表面化したのが、80年代末から90年代にかけての、「ビックリマン」vs「レスラー軍団」の抗争である。

当時、ビックリマンシールの情報を独占してその部数を着実に伸ばしてきたコロコロ、および小学館の学習雑誌に対抗して、ボンボン陣営はレスラー軍団シールを毎号大々的に特集。ついには立派に「ビックリマンの対抗馬」と呼ぶに足る存在へと押し上げたのである。

こういった、コロコロの情報独占に対してボンボンが対抗馬を繰り出すという図式は、90年代に入り、ますます強固なものとなる。

93年――安定のボンボンと試行錯誤のコロコロ

『ダッシュ！四駆郎』（徳田ザウルス）を核とした第一次ミニ四駆ブームが去った１９９３年。これに続く看板としてコロコロは『バーコードバトラーII』（エポック社）と全面的にタイアップ。これに対抗して、ボンボンは『スーパーバーコードウォーズ』（バンダイ）と手を組む。だが、子供たちが支持したのは前者の方であり、後者はほどなくボンボンの誌面から姿を消すという結果となってしまった。

当時テレビアニメにもなり、高い人気を誇っていたコロコロの連載マンガ『炎の闘球児ドッジ弾平』（こしたてつひろ）に対しては、ボンボンは『爆風ドッジ』（原作・森浩美／作・村上としや）を連載。『弾平』が

「日本スーパードッジ連盟公認まんが」をうたい、正式ルールの普及や大会の開催につとめると、ボンボンも「J．D．B．A．」という団体を設立し、ドッジボールブームをコロコロに独占させじとばかりに各種の記事を展開する。だが、ここでもボンボンは分が悪く、『爆風ドッジ』も早々にボンボンの誌面から退場していったのである。

ちょうどこの頃から、ボンボンの看板作品となっていったのが、ファミコン用ソフト『ロックマン』シリーズ（カプコン）である。すでにシリーズは5作目を数え、高い知名度を確立している反面、新鮮さは失いつつあったシリーズであったが、これをボンボンは強力にプッシュしたのだ。当時の小学生の間では『ストリートファイターⅡ』や『スーパーマリオ』シリーズなどの方が高い人気があったのだが、これらを大幅に上回る紙幅を割いており、またマンガの連載もスタートさせている。

さらにボンボンは、『ストⅡ』の最有力対抗馬と言われていた格闘ゲーム『餓狼伝説』シリーズ（ＳＮＫ）の情報をほぼ独占。これで同誌は、二大人気格闘ゲームを押さえた形となる。

なお『ストⅡ』は、コロコロ、ボンボンの双方と手を組み、両方の誌面を席巻していた。同じカプコンのゲームでありながら、『ストⅡ』は中立、『ロックマン』はボンボン陣営ということになる。両陣営の戦いはこの当時から、企業のレベルではなく、企画レベル、作品レベルで動いていたことがうかがわれよう。

テレビでは『機動戦士Ｖガンダム』がスタート。久しぶりの「ＴＶの新作ガンダム」のスタートは、ボンボンにとっては大きな追い風となるかに思われた。事実、放送開始前後のボンボンでは、『Ｖガンダム』はかなり大きく扱われている。

だが予想に反し、ボンボン誌上での『Ｖガンダム』の人気は伸び悩む。ＳＤガンダムで育った世代に対しては、『Ｖガンダム』の作品内容では強くアピールできなかったのである。プラモデルの発売時期が遅れたことも、人気不振の一因であろう。

この時期の両誌の戦いの激しさを示すエピソードとして、コロコロによる『エスパークス』独占事件にも触れておきたい。

文具キャラクター『エスパークス』は、当初、両誌でともに扱われていた。しかし、93年の4月号よりコロコロ誌上でマンガ連載が開始される。これと期を同じくして、これまで「キティちゃん」風の目の小さなデザインだったキャラクターは、コロコロ連載マンガの画風に合わせた、アニメ調のキャラクターへと全面刷新。それ以降、ボンボン誌上で『エスパークス』の情報が掲載されることは二度となかったのである。

90年代のお笑い界を代表する人気グループ、ダウンタウンとウッチャンナンチャンもまた、コロコロとボンボンの抗争と無縁ではいられなかった。

ウッチャンナンチャンの人気に注目したのはボンボン陣営。93年当時放送中だった、彼らの人気番組『ウッチャンナンチャンのやるならやらねば！』内の一コーナー「ナ

ン魔くん」の設定を借りたマンガ『ナン魔クエスト』（水谷兼之介&レッドカンパニー）を連載。同時に、同番組の紹介記事なども展開し、「ウンナンはボンボン陣営の味方」という認識を読者に植えつけた。一方、コロコロは『ダウンタウンのごっつええ感じ』をバックアップ。綴じ込み付録として「オジンガーZの鼻」をつける（93年1月号）などの展開を行なった。

コロコロ誌上で、現在の第二次ミニ四駆ブームへと連なる伏線が張られていたのもこの年である。田宮模型からリリースされた新シリーズ「スーパーミニ四駆」と連動する形で、『風のレーサー侠（おとこぎ）』（徳田ザウルス）の連載が開始。これはマンガ作品としては短命に終わるが、連載終了後も、コロコロにおけるミニ四駆のイメージキャラクターとして活躍していた。

この93年を振り返ると、ボンボンは以前よりの定番ネタ「ガンダム」を軸に、様々なテレビ番組やゲームなどと連動し、安定した誌面を作っていると言えよう。有力なタイトルを複数押さえた上で、バーコードやドッジボールなど、コロコロの中心的アイテムにも対抗馬を差し向けている。

一方のコロコロは、93年前半は『バーコードバトラー』で押していったが、バーコードブームが去った後は、恐竜ブームを取り入れてみたり、Jリーグを表紙にしてみたりと、さかんに試行錯誤を繰り返している様子が見て取れる。この時期のコロコロを支えていたのは、『おぼっちゃまくん』『ドラえもん』などの連載マンガの人気だったと言ってもいいだろう。

94年コロコロ大攻勢
——再燃！ ミニ四駆ブーム

コロコロにとって、94年の前半はもっとも苦しい時期だったと言える。

バーコードバトラーのブームは既に去り、ミニ四駆も停滞期にあったこの時期のコロコロは、連載4コママンガ『やったね！ラモズくん』（樫本学ヴ）をイメージリーダーとして、Jリーグ関係の話題で誌面を引っ張りつつ、同時にミニ四駆ブームの再燃をもくろみ、さらに新たなるブームの創造を目指して八方手を尽くしていた。

コロコロ誌上にゲーム系の連載マンガが増えていったのもこの時期であり、『スーパーマリオ』シリーズ、『ボンバーマン』シリーズ、『星のカービィ』などのコミカライズがさかんに誌面を飾った。ただしそんな状況下にあっても、ゲーム雑誌との差別化のためか、ゲームそのものを大きく特集することは希であった。

また、94年の前半では、テレビCMから産まれたヒーロー「ヤキソバン」を強力にプッシュ。ボンボンではヤキソバン関連の記事はほぼ皆無であった。実はヤキソバンは、コロコロ陣営の味方であったのだ。

そして7月号からはついに、現在へと至る第二次ミニ四駆ブームの原動力、『爆走兄弟レッツ&ゴー!!』（こしたてつひろ）の連載がスタートする。これとリンクする形で、田宮模型からは新シリーズ「フルカウルミ

ニ四駆」が発売。もちろん、それに関する情報はコロコロの独占である。

ちなみに、これよりしばらくの間こしたは、『レッツ&ゴー』と『ドッジ弾平』という二本の連載作品を並行して執筆。いずれもコロコロを代表する人気作品である。『ラモズくん』の樫本もこの当時、シリアスサッカーマンガ『嵐のJボーイ　ぶっとび闘人』と並行して2本同時に執筆していた。コロコロの連載作家は、とにかくタフである。

また面白い現象としては、94年から95年にかけての一時期、コロコロはTVアニメ『マクロス7』を後押している。ボンボンのガンダムを強く意識してのものだろうが、さほど大きなウェイトを占めることなく、いつのまにかコロコロ誌上から消えていってしまった。『マクロス7』という作品自体にも原因があったのかも知れないが、もしかしたらこの段階からコロコロは、いわゆる「コロコロブランド」作品を、より重視しようとしていたのかも知れない。

また、同じく94年の後半には、アメコミを原作としたTVアニメ『X―MEN』が、日本国内で放送される。この時期、小学館プロダクション、竹書房、カプコンなど複数の企業が手を組み、『X―MEN』を日本国内で売りだそうとしたフシがあるのだが、意外なことに小学館の仇敵である筈のボンボン誌上にも、『X―MEN』はしっかり登場していた。

ではボンボンの様子はどうか。この年の表紙のメインキャラクターは、ほぼ毎月ロックマンが務めており、「ロックマンのボンボン」という印象がすっかり固まっている。

また、従来のファミコンのシリーズと並行して、スーパーファミコンソフトとして『ロックマンX』シリーズがスタートすると、ボンボン誌上でもこのコミカライズを連載開始する。『ロックマン』と『ロックマンX』のマンガが両方掲載されているわけだから、やや異様な印象を与えなくもないのだが、この態勢は現在まで変わらず続いている。

テレビでは、昨年の『Vガンダム』に代わり『機動武闘伝Gガンダム』がスタート。格闘ゲーム的な要素を取り入れ、明確なモチーフを持つガンダム同士が戦うというコンセプトは、ボンボンにとっては絶好の素材であり、『Vガンダム』時代のうさを晴らすがごとくの積極的な特集記事が組まれていった。

また、この時期よりボンボン誌上に初登場したキャラクターとして『ミュータント・タートルズ』の名も挙げられる。TVアニメの放送開始、映画『ミュータント・ニンジャ・タートルズ3』の公開などに歩調を合わせての展開であり、ボンボンの独占記事であった。

加えてボンボンでは、ロボット玩具『バトルスキッパー』の情報もフォロー。ただし、看板アイテムのロックマンやガンダムに比べると、かなり小さな扱いではあった。

総じてこの年は、前半ボンボンに押され気味であったコロコロが、後半のミニ四駆ブーム再燃で一気に盛り返した、とまとめることができる。

また、数々のホビーやゲームを貪欲に取

り込み、何でもアリの様相を強めるコロコロに対して、ボンボンではロックマンを中心にした誌面構成が定着していった。ここでボンボンが抱えていた最大の問題は、当時の小学生の間で『ロックマン』は、決してそれほど流行っているわけではなかった、ということである。

95年ボンボン
——ロックマン至上主義による停滞

95年になると、ミニ四駆ブームにも加速がつきはじめる。改造法の解説、大規模トーナメント「ジャパンカップ」の関連記事、マシンをドレスアップするための付録シールなど、現在にまで続いている、ミニ四駆関連記事のフォーマットが固まる。

またこの頃より、田宮模型と手を組んで、全国のデパートなどで小規模なレースイベントを開催。これに出場するためにはタミヤ製以外の部品を使ってはいけないというルールが定められており、参加者はタミヤ純正品のみでマシンを固める以外になかった。こうして田宮模型とコロコロは、よりいっそうブームを磐石のものとしていったのである。

その一方で、昨年より地味に展開していた『ボンバーマン』関連の記事が、95年に入ると同時に活性化。これとほぼ時を同じくして、『ボンバーマン』の関連商品と言える『ビーダマン』（タカラ）の記事がコロコロに進出しはじめ、夏を迎えた頃には、ミニ四駆に肩を並べるほどの大きな扱いとなっていく。

『ミニ四駆全国大会「ジャパンカップ」の告知記事（コロコロ98年7月号）

さらにこの夏、後にコロコロの屋台骨を支えることとなるオリジナル連載マンガ『学級王ヤマザキ』（樫本学ヴ）の連載が開始される。かつてコロコロの黄金期を築いた『おぼっちゃまくん』の亜流と呼ばれることをまったく恐れないこの作品は、半年足らずのうちに、コロコロの表紙を飾るほどの人気作品にのしあがっていった。

一方、ボンボンの「ロックマン至上主義」は深刻な域に達する。95年の1月号と2月号では、前後編で、マンガ『ロックマンを作った男たち　ロックマン誕生伝説』（有賀ヒトシ）を掲載。同じ講談社の週刊少年マガジンなどでしばしば見られる企画マンガではあるが、ボンボンという雑誌のイメージにはそぐわない内容であり、強い違和感を残した。

「ガンダム」ブランドの主力商品であった『カードダス』のブームもすっかり鎮静化。これに応じて、ボンボンの記事は『ＢＢ戦士』などの模型中心のものに切り替わってゆく。ＴＶアニメ『新機動戦記ガンダムＷ』

は比較的好評だったようであり、昨年の『Gガンダム』同様の健闘を見せている。

そんな中、両誌で模型をテーマにした連載マンガがそれぞれスタートしている。いずれも、作ったプラモを用いてバーチャル空間で戦うという内容なのだが、ボンボン連載の『プラモウォーズ』（今木商事）が、プラモを上手に作ったり、「適切な」改造を行なうとそれだけ強くなるという、模型製作技術向上を訴えるかのような設定であったのに対し、コロコロ連載の『プラモ改造武闘伝　ガン☆キッド』（谷上俊夫）は、ガメラにマクロスプラモの火器を取りつけてバルキリーを撃墜するなどといったアナーキーな展開であり、さらにカラーページでもその光景をディオラマとして製作。「プラモ」に対する両誌の姿勢の違いを、改めて浮き彫りにする形となった。

また、NBAなどを素材としたスポーツカードが日本で注目されはじめたのもこの頃であり、コロコロ、ボンボン双方にカードカタログなどが掲載されている。

この95年は両誌とも、コロコロはミニ四駆、ボンボンはロックマンと、それぞれ雑誌の柱となる企画をドンと構え、よく言えば安定した、悪く言えばあまり変わりばえのしない内容となっている。

だがミニ四駆はともかく、ロックマンがそれほど、世間一般で流行していただろうか。ボンボンの提唱する遊びの世界と、一般社会とのギャップが目立ちはじめた時期と言えよう。

またこの時期のボンボンは、これまで頑として扱わなかったテレビ特撮ヒーロー番組（『重甲ビーファイター』）の記事を組むなど、誌面のコンセプトに若干の迷いがみられる。

96年――ビーダマン展開でわかる、コロコロのブーム戦略

1996年は、ゲームボーイ版ソフト『ポケットモンスター』（任天堂）がリリースされた年である（2月発売）。このソフトを一大ブームにまで育て上げたコロコロの戦略については、別項でまとめて述べることにするが、96年の時点では『ポケモン』はまだまだ、コロコロのメインを張れるようなビッグタイトルではなかった。

この年、ミニ四駆と並ぶ看板アイテムとして、コロコロが大きくとりあげていたのは、昨年よりコロコロ誌上に進出をはじめていた『ビーダマン』である。

これは、人気ゲーム『ボンバーマン』シリーズのキャラクターを模した、腹部からビー玉を発射する玩具だが、コロコロはこれを用いて様々な競技を行ない、その優劣を競うという側面を強調。ミニ四駆などと同様の、競技性、スポーツ性の強い遊びとして提唱したのである。96年後半にはビーダマン本体に装着し、その性能を高める「OSパーツ」なども登場。JBAなる団体も組織して、いっそう競技性を強めていく。

このような、『ビーダマン』をめぐる一連の流れは、完全にミニ四駆と同じパターンだと言っていいだろう。ここに至り、ブー

ム商品を作り出すためのコロコロの手法が、はっきりと顕在化した感がある。

キーワードは「競技」「試合」。こうした方向で売り出すために、遊び方は極力細かく決めておく。ルールの制定、徹底のために公認団体を設定し、さらに大会を全国各地で開催する。後の『ポケモン』や『ハイパーヨーヨー』にも、この手法はそっくりそのまま用いられているのである。

トミーより発売された玩具『サイクロン』もコロコロが独占。小さな円形カード「バトメン」を機械にセットし、その裏面に印刷されたバーコードを読み取って戦うという機構は、『バーコードバトラー』（一般商品バーコードとの互換性はないのだから、むしろ『スーパーバーコードウォーズ』か?）の再来とも言えるが、ゲーム内容はよりいっそう複雑化していた。『ミニ四駆』『ポケモン』『学級王ヤマザキ』など、コロコロブランドのキャラクターをあしらったバトメンも発売され、コロコロキャラクターの集大成といった印象もある商品である。

他に、簡易録音機『しゃべ録』（トミー）や、ビックリマンシールの新シリーズ『超念写探偵団』なども、この時期のコロコロ誌上でさかんに取り上げられたアイテムである。

『ザ・ドラえもんズ』が連載マンガとしてコロコロ誌上に登場したのもこの時期だ。劇場版アニメの第一作が公開されたのは翌97年の3月なのだから、映画公開の実に一年近く前から、コロコロは「ドラえもんズ」というキャラクターを用いて、その知名度アップに努めていたことになる。

一方のボンボンは、『ビーダマン』に対抗するアイテムとして、同じタカラの『すげゴマ』をセレクト。鉛筆の先端や張り渡した糸の上など、様々な場所で曲芸のような遊び方ができるコマである。

エニックスより『ドラゴンクエストバトルえんぴつ』、ならびに『ドラゴンクエストトレーディングバトルカード』が発売されたのもこの年。これらは、コロコロ、ボンボンともに記事を掲載し、大きな反響を呼んだ。特に、前者の『バトルえんぴつ』は多くの類似商品を産み、ゲーム文房具の一大市場を形成する。また後者の『トレーディングバトルカード』は国産初のオリジナルトレーディングカードゲームであり、後の『ポケモンカードゲーム』へつながる存在として記憶されるべきだと言えよう。

また、高視聴率を記録した人気アニメ『名探偵コナン』（原作・青山剛昌・週刊少年サンデー連載）を強く意識した連載マンガが、コロコロ、ボンボンの双方でスタートしていることも面白い。このうち、コロコロ連載の『秘密探偵ホームズ』（立神敦／犬木栄治）は、児童マンガなりに本格推理ものを指向したストーリーで人気を集め、現在も連載が継続中だが、ボンボンの『江戸川探偵組』（神矢みのる　原案・矢立肇）は、江戸川乱歩の作品世界を強く意識した、推理ものというよりも怪奇ものに近い作風であり、連載も比較的短命に終わってしまった。

コロコロ、ボンボンともに、新しいホビ

ーの開拓に乗りだしている、そんな印象を強く与えた96年。だがやはり、ミニ四駆というブーム商品を押さえているコロコロの方が、圧倒的に有利であると言わざるを得ないだろう。

また、ボンボンの表紙、背表紙には、本の厚さ（ページ数の多さ）を誇示する文章が数多く見受けられ、この時期のボンボンの特徴と言える。

97年ポケモン、アニメ化 ――テレビへの戦線拡大

この年より、ＴＶメディアと連動したコロコロの大攻勢が始まる。4月より『ポケモン』がテレビアニメ化。それと同時に、昨年末より連載していたルアーフィッシングマンガ『グランダー武蔵』（藤本信行・日本アニメーション／てしろぎたかし）もアニメ化を果たした。

さらに10月からは『おはスタ』がスタート。当時のコロコロ誌上の速報記事では「コロコロがついにテレビになる!?」と謳い、この番組とコロコロが密接なつながりを持つことを強調している。『学級王ヤマザキ』も、その中の一コーナーという形でアニメ化を果たした。

誌面の特集記事は、やはり『ポケモン』関連のものが目立つ。特に『ポケットモンスターカードゲーム』については、カードカタログになっているポスターを付録にしたり、コロコロでのみ入手可能なカードを付録にするなど、積極的な動きがみられた。

バンダイの『ハイパーヨーヨー』がコロコロ誌上に登場したのは、この年の4月号。ストリートファッション風の、オシャレなテイストを取り入れつつも、「競技性」や「公認団体」など、コロコロお得意のパターンで大ブームへと育て上げていった。

ビーダマンは、変形・合体玩具としての性質が強い『爆外伝』シリーズと、競技性を強調した『スーパービーダマン』シリーズにはっきりと二極化。コロコロでは、その両方をしっかりとフォローしている。

また、テレビアニメ『マッハＧｏＧｏＧｏ』、ならびに『超者ライディーン』のコミカライズを連載。特集記事なども組むが、コロコロオリジナル企画に較べれば、比較的軽い扱いであった。

ボンボン、エヴァを投入 ――年長ファン喜ぶ

一方のボンボン陣営はどうだろうか。この年の冒頭に、テレビアニメ『機動新世紀ガンダムＸ』が、視聴率と関連商品売り上げの不振のため、なんと放送打ち切りの憂き目にあってしまう。年長のアニメファンに対しても衝撃を与えたが、ボンボンにとっても「ガンダム人気の終焉」を象徴する事件となってしまった。

とは言えど、誌面をガンダムで引っ張り続けなくてはならないボンボンは、オリジナルのガンダムストーリー『Ｇ―ＵＮＩＴ』を誌上展開。テレビ版ガンダムと同様にプラモデルも発売され、「ガンダム健在」を読

者に印象づけた。

さらにボンボンは、『ポケモン』に対抗する最大の切り札として、ゲームボーイ版ソフト『メダロット』（アスミック）を用意していた。

このソフトは、起動時にメーカーロゴに続いて、ボンボンの誌名ロゴが表示されることからもわかるとおり、最初からコロコロ陣営の「対ポケモン戦力」として生み出されたものである。「カブトバージョン」と「クワガタバージョン」という、2種類のソフトを同時発売する所まで『ポケモン』と一緒だ。

内容的には、ロボットのパーツを収集する、プレイヤー同士で対戦やパーツ交換をするなどの、『ポケモン』独自の長所を取り入れつつも、より硬派でカッコいいイメージを全面に押し出していた。女児層に対するアピールはとりあえず考えてないようであり、ボンボン自身の守備範囲である小学生男子の間での『ポケモン』人気に食い込むことを狙っているものと思われる。

『ポケモンカードゲーム』への対抗馬としては、トレーディングカードゲーム『ザ・ミラクル オブ・ザ ゾーン』の記事。他では入手不可能な特製カードを付録につけるなど、コロコロを強く意識した展開を見せる。

また、ボンボンにとって明るい話題としてはゲーム『がんばれゴエモン』のアニメ化が挙げられる。この『ゴエモン』のマンガシリーズ（帯ひろし）はボンボン誌上において、ゲームの新作が発表されるごとにタイトルを変更しつつ、地味な長期連載作品となっていただけに、やっと長年の苦労が報われたという印象がある。

『新世紀エヴァンゲリオン』もボンボン誌上に登場。これまでこの作品は、アニメファンの間での盛り上がりをよそに、コロコロ、ボンボン両誌では完璧に無視されていたのであったが、バンダイからプラモデルが発売されたことを直接のきっかけとして、作品紹介やプラモの作例記事などを展開していった。とりわけ、あの特異な作品内容を「エヴァンゲリオンと使徒の激闘」という視点のみで斬った特集記事は、エヴァ論争に疲弊した年長のファンに新鮮な衝撃を与えたものである。もっとも、その後のボンボ

あの『エヴァ』も、ボンボンの手にかかればこの通り（ボンボン97年6月号）

ン誌上での動向を見るかぎり、その読者層には、『エヴァ』の評判は決して芳しくなかったようだ。

ブームを「作る」か、「取り込む」か

『エヴァ』のみならず、ゲーム『スーパーロボット大戦』シリーズや、変形玩具『ビーストウォーズ』など、この時期のボンボンは、世間で人気のあるアイテムを貪欲に取り込む姿勢が強く見られる。だが、それはあくまで、ボンボンとは関係のないところでヒットした商品に、後からボンボンが絡むという形であり、コロコロの「ブーム商品の自給自足態勢」とは本質的に異なっているのである。

　昨年よりブームとなっていた『たまごっち』と、そのエピゴーネンである『デジタルモンスター』は、特にどちらかの陣営につくということもなく、コロコロ、ボンボンの両誌に登場。ただし、ボンボンは『デジタルモンスター』に対して、かなり積極的なアプローチをかけていた様子がみられる。

　自らブームを作り出すコロコロと、既存のブーム商品とタイアップするボンボン。両誌の地力の差が明確になってきたのがこの年である。本の厚みでも、ボンボンとコロコロは逆転してしまっている。

　しかも、この年になっても未だ、ボンボン最大の看板タイトルは『ロックマン』なのである。『ポケモン』と『ロックマン』では、ブームとしての盛り上がりには天地の差があると断言してもいいだろう。

なんと、ボンボンの表紙にピカチュウが……！
（ボンボン97年11月号）

　圧倒的なブームの力を背景に、『ポケモン』はボンボンの誌面を侵食しはじめる。

　扱いは小さいものの『ポケモンバトルえんぴつ』の紹介記事などが載るようになり、そしてついに97年11月号では、N64ソフト『ピカチュウげんきでちゅう』が巻頭記事になってしまったのである。表紙にも、ピカチュウが堂々と顔を見せている。ボンボンの苦境を、ありありと物語る光景である。

ポケモン現象
——誰も予想できなかった大攻勢

　さてここで、年代的には前後してしまう部分もあるのだが、コロコロが『ポケモン』を、現在のような大ブームにまで盛り上げた過程を追っていきたい。『ポケモン』発売当時から現在にかけてのコロコロを改めて読み返すと、現在のポケモンブームは決して偶然などではなく、コロコロ陣営の周到な戦略の結果であることが、明確に見て取れるのである。

1996年2月、ゲームボーイソフト『ポケットモンスター』が発売。コロコロは、発売当初よりこのソフトを強力に後押しし、現在のブームへと直結する礎を築いていた。

まず、発売直前の2月号より、ゲーム情報ページ『ゲーム天国』内で、毎号2ページを費やして『ポケモン』の紹介記事を掲載している。オーソドックスなRPG的要素に加え「モンスターを捕らえ、コレクションし、育てて戦わせる」というまったく新しい要素を含んだ斬新な作品内容を、なんとか読者に伝えるべく記事に工夫を凝らしていた。この時点ではまだ、コロコロ本誌では数ある新作ソフトの一つという扱いでしかなかったが、別冊コロコロの方で、穴久保幸作によるコミカライズが掲載されている。

次いで、発売から約2カ月が経過した96年5月号で、幻のポケモン「ミュウ」のプレゼントを実施している。時期的に見て、このプレゼントキャンペーンはおそらく、『ポケモン』発売の時点ですでに計画されたものであろう。いや、「普通にプレイしていては入手不可能な、151匹目のポケモン」というアイデア自体が、コロコロとの連動企画を前提として盛り込まれたものではないかと考えられる。

ちなみに、この時の当選者数はわずか20名。現在からは考えられないほどの、つつましやかなプレゼントであった。

同年10月号では、新発売となった『ポケットモンスターカードゲーム』の第一報が掲載される。小学館の関連企業・メディアファクトリーの手によるこのトレーディングカードゲームは後に、各種のポケモン商品の中でも中心的な存在となる。

間髪を入れず12月号では、ゲームボーイ版ポケモン・青バージョンの通信販売キャンペーンが開始。店頭販売は行なわれず、コロコロ、ならびに小学館の学習雑誌誌上でのみの販売であった。その数カ月後のコロコロには、申し込みが殺到した結果、発送が遅れていることをお詫びする旨のコメントが載り、反響の大きさをうかがわせる。

だがこの段階では、コロコロ誌上での盛り上がりにもかかわらず、一般的なゲームファンの間での『ポケモン』の知名度は、決して高いものではなかった。中にはその先進性に気づき、単なるゲームの枠を超えたコミュニケーションツールとなる可能性を指摘した人もいたのだが、おおむねこのゲームに対する一般的な評価は「隠れた名作」という位置づけであり、一部のゲームマニアに記憶されるのみで消え去るかに思われていた。

そもそも、『ポケモン』はゲームボーイ用

『ポケモン』発売直後から、コロコロではキャンペーンを展開（コロコロ97年5月号）

ソフト。当時、ゲームボーイというハードウェアは既に「死んだ」ものとして認識されていたのである。これよりわずか半年を経ずして、ゲームボーイというハード自体が『ポケモン』ただ一作のために息を吹き返すなど、誰ひとり予測できなかった。

翌97年の4月より、テレビアニメ『ポケットモンスター』の放送がスタート。コロコロ誌上の動向を知らない者は、「こんなマイナーなゲームが、なぜアニメに?」という驚きをもってこの事実を迎えた。ゲームソフトのテレビアニメ化は『ドラクエ』や『ストII』などといった先例があったものの、『ポケモン』はそれらに較べてはるかに格下であり、到底、テレビアニメとして成立するほどの人気も知名度もないと考えられていたのであった。

だがコロコロでは、このアニメ化を一大事件として扱い巻頭カラーページで特集。アニメ1、2話を対象にしたクイズを出題するなど、アニメ内容と有機的に連動した展開を見せた。それまでコロコロは、テレビアニメに対しては比較的距離を置いた対応をしてきており、アニメ作品それ自体をこれほど熱心に扱うのは異例であった。

このテレビアニメ版が、結果的に『ポケモン』の人気を一気に加速し、コロコロ読者間にとどまらない、広い層の間での人気を獲得するきっかけとなったのである。

この人気に拍車をかけるように、夏休みにJR東日本と共同で行なったイベント「ポケモンスタンプラリー」や、10月に全国規模で開催されたイベント「ポケモンリーグ」など、コロコロは数々のイベントを手がける。誌上でも、『ポケモンカードゲーム』を筆頭として、数々の関連商品やアイテムを扱うようになる。『ミニ四駆』『ビーダマン』など、数多くのホビーを擁するコロコロの中にあっても、『ポケモン』は最大級の目玉として、常に巻頭をキープしていた。

同年12月、アニメ『ポケモン』を見ていた一部の視聴者が身体の不調を訴え、入院する人まで現われるという事件が発生。番組は約4カ月もの間、放送休止を余儀なくされた。

移り変わりの激しい子供の遊びの世界において、4カ月ものブランクはあまりに大きく、本来ならばこの間にブームが鎮静化してしまってもおかしくはなかった。

だが、この間もコロコロでは、『ポケモン』関連の情報を読者に提供し続け、「ポケモン健在」を強くアピールし続けた。放送休止中も、コロコロ読者にとっては『ポケモン』は、決して縁遠い存在ではなかったのである。

こうして『ポケモン』は最大の危機を乗り越え、そのブームは現在に至るまで続くのである。

98年――ボンボン、巻き返しへ

97年に決定的なものとなったコロコロの優位は、98年に入っても依然揺るぐ気配はない。ポケモン人気は相変わらず根強く、1月号ではゲームボーイ版の続編に登場するポケモンのデザインを一部公開している。

また、ミニ四駆ブームの中心となってい

る『レッツ&ゴー』は、その内容を全面リニューアル。これに連動して田宮模型から発売される商品も新シリーズに突入し、一連のブームに新たな活力を注ぐ。

さらに『ビーダマン』もテレビアニメ化。コロコロ本誌が力を注ぐ「スーパービーダマン」ではなく「爆外伝」を元にした内容ではあるが、いずれにせよコロコロ陣営にとって強力な武器であることは間違いない。

このようなコロコロの猛威に対して、ボンボンもその誌面内容を刷新してゆく。長期にわたってボンボンの中心的存在であった『ロックマン』の比重が徐々に減少し、それに代わって『メダロット』と『ビーストウォーズ』が、表紙や巻頭を占めるようになってきたのである。

過去の『ガンダム』シリーズの内容を、読者に紹介している（ボンボン98年7月号）

新作アニメの供給が断たれた『ガンダム』に関しては、『月刊ガンダムボンボン』という企画ページを毎号展開。ボンボン読者にとってはもはや縁遠い存在となってしまった過去の『ガンダム』シリーズに馴染んでもらうべく、様々な手を尽くしている。

コロコロVSボンボン、これからの戦況展望

先に述べたように、既にコロコロとボンボンの差は決定的となっている。『おはスタ』を含めて、ブーム商品を自ら作り出してしまうだけの力を備えたコロコロ陣営の優位は、当分揺らぎそうもない。

これに対して、ボンボンも新しい人気アイテムを模索してはいる。だが、最大の期待がかかる『メダロット』は、残念ながらゲーム業界ではすでに「過去の作品」として扱われており、処分品扱いで値引き販売されるケースすら珍しくない。

ボンボン陣営に属するアイテムのほとんどが、コロコロが作りあげたブームの対抗馬として考え出されたものであることも、ボンボンの苦しさをうかがわせる。『メダロット』は『ポケモン』の、『バトルトップ』は『ビーダマン』の、『MOZ』は『ポケモンカードゲーム』の、それぞれ亜流商品であり、それならではの魅力に乏しいと言わざるを得ない。どうしても「後手に回っている」という印象を否定できないのである。

だがそれでも、これまで長年続いてきた『ロックマン』中心の誌面作りから脱却し、新たな方向性を模索する姿勢が、現在のボンボンからは見て取れる。これからの展開に、大いに期待がかかるところである。

コロコロとボンボン。両誌の戦いは、新しい局面に突入しつつある。これからも両誌は、子供文化のオピニオンリーダーの座を巡って、激しい抗争を繰り広げていくことは間違いないだろう。

特講【ゲーム制作研究】

「幻となるはずだったゲーム『G・O・D』の研究」

【講師】…秋本祥一

【講師略歴】秋本祥一 あきもと　しょういち

昭和50年愛知生まれ。義務教育時代の大半を台湾で過ごしたために、当時の日本についての知識は断片的。その反動で情報を蒐集したがる癖がついたような。インターネット系プログラマとして入門書『CGIプログラミング入門』（共著・翔泳社）まで出しているが、本業は東京大学法学部の5年生。趣味は演劇観賞・ゲーム等。生業・趣味を問わずの広く浅くぶりは、根がミーハーであることを露呈している。

【この講義の読み方】学長・岡田斗司夫

▼成功したゲームを語る人は多い。美しいクリエイターの情熱や優秀な売り手の戦略など、それこそ語りたがる人、聞きたがる人は山ほどいるからだ。▼しかし勝利から学べるものなど、ほとんど何もない。歴史が示すとおり、常に学ぶべきものは敗者・敗因の中にある。そして敗北から学ぶ勇気のある者は稀である、というのもまた歴史の語る普遍的事実なのだ。▼秋本氏は僕の主催する「東京大学オタク文化論ゼミ」の優秀なる学生である。この論文は彼が自発的に書き上げた同人誌用の原稿（！）であり、そのあまりの面白さに転載をお願いすることになった。　▼余計な解説はもう充分であろう。ここまで徹底して「受け手」から書かれたゲーム評も珍しい。ありがちな客観的描写に流されずに、主体的な視点で綴られた文体も素晴らしい。　▼これこそ、オタク界のハードボイルド・ルポタージュであり、ニュージャーナリズムなのだ。

【1】『G・O・D』とは?

実力派著名人が結集したゲーム

これは、幻になるはずだったゲーム『G・O・D』を追い続けたドキュメントである。

まず、本稿のテーマである『G・O・D』(「ジーオーディー」と読む。以下『GOD』と略記)について少々説明させていただこう。

このゲームはもともと、スーパーファミコン向けに作られたRPGだった。特筆すべきはそのスタッフで、キャラクターデザインに江川達也氏、音楽監督にデーモン小暮閣下、製作総指揮・脚本・演出に鴻上尚史氏を迎えた、夢のようなRPGであった。

江川氏といえば少年誌から青年誌まで、デフォルメから8頭身キャラまで、何でも描ける超実力派の漫画家で、代表作に『BE FREE!』『まじかる☆タルるートくん』『東京大学物語』など多数。デーモン閣下といえば言わずと知れた悪魔集団「聖飢魔II」主宰。

そして、3人の中では一番名前が知られていないのかもしれないけれど、私が一番期待したのは、鴻上氏だった。

劇団「第三舞台」の主宰にして脚本家兼演出家。時代の先端を行くテーマに鋭い演出、テンポ良い笑いに理知的な哲学を織り込んだ作品は、今なお若い世代を中心に絶大な人気を誇る。

発売直前——何が起きたのか?

鴻上氏はまたデジタル・カルチャーにも造詣が深く、コンピュータ・ゲームのこともよく理解していた。そんな氏がついにゲームを作ろうというのだ。私は期待した。

制作には長い時間がかかった。発売は何度も延期された。

そして96年2月23日、3年の歳月を経てようやく完成した『GOD』は、ついに発売される——はずだった。

ところが、発売直前になって事態は急転した。「ゲームは確かに完成している」と制作者自身が述べていたにもかかわらず、発売が突然延期されたのである。

確かにそれまでにも延期は繰り返されてきたが、今回は状況が違う。この発売日が「今度こそ必ず発売します」と強調されていたのに延期されたこと、そして何よりも、次の発売日が「未定」であり無期延期と思われること。

いったい『GOD』に何が起きたのか?

そして、発売予定日だった日の前日。私は、思いもよらなかった物を手にすることになる。

これは、「幻になるはずだった」ゲーム『GOD』を追い続けたドキュメントなのである。

【2】年表編

『GOD』はどんな歴史を歩んできたのか。その過程にはどんなドラマがあったのか。『GOD』にまつわる出来事をパズルのように一つ一つ組み合わせていけば、いったい『GOD』とは何だったのか、『GOD』に何が起こったのかが、わかるかもしれない――。

そう考えた私は、『GOD』に関するデータをできるかぎりかき集め、それを時間軸に沿って配置してみることにした。

果たして、『GOD』の全貌は見えてくるのだろうか。

【見出し記号・凡例】
●＝『G・O・D』関連
○＝鴻上氏サイドの動き
◇＝ゲーム業界の動き

制作開始――高まる期待

●93年1月
制作開始。

始まりは、もうずいぶん昔のことになってしまった。スーファミ版の完成までに3年、プレステ版の発売までには実に5年かかっている。

著名人を3人も集めたのだから恐らく盛大な制作発表があったと思われるが、当時の私はまだこのゲームに注目してなかったので、記憶にはない。

○93年11～12月
芝居『トランス』公演。

鴻上氏の作・演出。公演準備・公演中は氏もゲームを作っている暇はなかっただろう。また、ゲーム開発に携わっていたスタッフのうち鴻上氏の会社に所属していた人も、公演時には舞台のスタッフを兼ねていたようだ。

○94年3～4月
芝居『ゴドーを待ちながら』公演。

◇94年4月2日
スーファミ『ファイナルファンタジー（FF）6』（スクウェア）発売。

シリーズ最高の250万本以上を売り上げ、日本のRPGを代表する一本となった。評価は人それぞれだが、スーファミとは思えないグラフィックの水準の高さは誰もが認めるところである。

結局、これがスーファミで最後の『FF』となった。

○94年7～8月
第三舞台『スナフキンの手紙』公演。岸田戯曲賞受賞。

鴻上氏の作・演出。岸田賞という演劇界のとても偉い賞を取ったこの作品の舞台は、無数の武装セクトと政府とが内戦を繰り広げるもう一つの現代日本。その世界におけるコミュニケイションの媒体として鮮

烈に描かれたのは「パソコン通信」だった。
まだインターネットが一般に普及する前からネットの特性をはっきりと捉え、それを物語にまで高めた氏のセンスは、ゲームへの期待を否が応にも膨らませた。

◇94年8月27日
スーファミ『マザー2』（任天堂）発売。
糸井重里氏の作った人気RPG。ゲーム業界外のクリエイターが作ったゲームのうち最も成功した、数少ない例ではないだろうか。

●94年秋
作っていたら容量が12メガもオーバー、内容を3分の1ほど削る。そのせいでスケジュールが随分と遅れる。
ゲームのカセットに容れることのできるデータの量は限られているため、容量を越えた場合は内容を削る必要がある。当時のソフトの標準容量は24メガビットなので、実に1.5倍ものオーバー。内容詰め込みすぎ。

なお、後の鴻上氏と堀井雄二氏（『ドラクエ』作者）との対談で、この「内容の削り方」について興味深い会話があるので紹介しよう。

鴻上　容量をオーバーしていると言われて、マップを3分の1ぐらい削りました。
堀井　僕も3分の1ぐらいは削りますよ。だからつじつまの合っていないイベントが残ってたりするんですね。
鴻上　なるほど、「絶対人がいないとおかしい部屋」などがあるのは、容量の関係で削られていたんですね。
堀井　ええ。
鴻上　僕の場合、それがいやだったので、3階建ての家を2階建てに直してたりしたら、いつまでたっても作業が終わらなくなってしまって、本当に嫌になりました。
堀井　懲りましたか？　でも、1回やれば色々なことが判って、次はうまくやれるんじゃないんですかね。
（要約＝著者）

理想論を語る鴻上氏に対して、堀井氏はあくまで大人。この差が各々のゲームにどう反映されるのか。

●94年秋
この頃から『GOD』の名が表に出るようになる。
ゲーム誌『ファミコン通信』の新作ソフト発売スケジュール欄に初めて名前が現れたのは10月中旬。

◇94年11月22日・12月3日
セガサターン、ソニー・プレイステーションが相次いで発売。
スーファミの独壇場だったゲーム市場に、CD−ROMを搭載した32ビットマシンが相次いで発売され、「次世代機戦争」が勃発。

繰り返される延期と、泣き言

●94年12月
最初の発売予定時期。だが開発が間に合

わず延期。

しかしこの時に発売されていれば、華々しい次世代機戦争の陰で見るも無残な結果に終わっていたかも……？

●94年12月
「ゲーム批評」誌で鴻上氏、熱く語る。

雑誌「ゲーム批評」第2号でロング・インタヴュー。「今のRPGのどこがダメか」など、もう飛ばす飛ばす。言っていること自体は至極もっともなことで、これで実行が伴っていれば……。

●95年春
次の発売予定。でも延期。

●95年春
「マル勝スーパーファミコン」でタイアップ漫画の連載始まる。

角川書店の月2回刊ゲーム雑誌「マル勝スーパーファミコン」で、『GOD』を原作とした漫画が12回にわたって連載された。

ストーリーは一応ゲームを踏まえてはいるが、それなりに独自路線を突っ走っている。翌年4月には単行本も発売された。作者は秋月しょう氏という同人誌系の人らしく、けっこう絵はうまかった。それだけに「初の連載・初の単行本」がコレとは、かわいそうなかぎりである。

◇95年3月11日
スーファミ『クロノ・トリガー』（スクウェア）発売。

『FF』を作ったスクウェアが『ドラクエ』を作った堀井雄二氏と組んだ！　しかもキャラデザも『ドラクエ』と同じ鳥山明氏！　こりゃ凄い！　と200万本超を売り上げる。

○95年4〜5月
第三舞台『パレード旅団』公演。

「95年初夏登場!!」という文字の躍るチラシが盛大にまかれていた。劇場ロビーにはメーカーのプロデューサーのO氏、江川達也氏、デーモン小暮氏からの花輪もあった。

しかもロビーのモニターには『GOD』のプロモーションテープが流れていたのである。それなのにロビーにいるお客のほとんどは大した興味も示さず、「ゲームをする層」と「芝居を観る層」があまり噛み合っていないことが判ってしまう。

●95年5月
容量8メガオーバー。また削る。

だからまた町を描き直す。また時間がかかる。

●95年初夏
次の発売予定。やっぱり延期。

●95年6月
鴻上氏、セリフのチェックを始める。

鴻上氏は週刊誌『SPA！』（扶桑社）でエッセイを連載しているが、この頃から『GOD』ネタが頻繁に出てくるようになる。最初の頃は余裕のある書きっぷりだったのが、調整が長引くにつれて段々泣き言

が多くなってくる様がリアルタイムで読者に判ってしまうのが、週刊誌の醍醐味といえよう。

●95年7月
チケット・セゾンで予約販売を行うことが明らかになる。

チケット・セゾンとは、その名の通りコンサートなんかのチケットを扱う業者である。それがゲームソフトの販売を行なおうというのだ。もともと鴻上氏は演劇畑の人間なので、こりゃ演劇ファンがゲームも買うだろうと目をつけたと思われる。

●95年8月
「9月発売予定」だったのが「11月中旬」に延期。

デバッグ地獄と開き直り

●95年夏〜
ゲーム雑誌各誌で「宣伝部隊員」募集広告。**同時にけっこう派手な宣伝攻勢。**

「宣伝部隊」とは、要はメーカー運営のファンクラブである。ハガキで申し込むと、「限定非売品の隊員証」「鴻上隊長からの任命書」「限定非売品の豪華パンフレット」などが貰えた。さらに「宣伝活動」をした隊員には「鴻上隊長からのさらなる特典」が貰えたらしいが、それが何だったのかは不明。

ところで、募集要項には「1万人の定員になり次第、締め切らせていただきます」とあったが、実際には「隊員証は3千しか作ってなかったそうだ」（情報筋）とかで、メーカー側も大して期待していなかったようだ。ちょっと悲しい。

また、ゲーム雑誌への広告はもちろん、スポーツ新聞や女性誌にも広告（しかもカラー）を打っていたようだ。鴻上氏のファンには女性も多く、普通のゲーマーとは違う層にアピールする意味はあると読んだのだろう。実際にどれだけ効果があったかはともかく。

なお、この頃から発売予定日は「COMMING　SOON!」という、いつともとれない表記になる。綴りが間違っているのはご愛敬。

●95年8月末
デバッグたけなわ。

毎週毎週、「まだファミコン（のゲーム開発作業）は終わっていません」と『SPA!』誌上で絶叫する鴻上氏。毎日12時間モニターに向かってデバッグしていたとか。

ある取材で1週間外国に行ってたのだけれど、それで発売がまた遅れるのかというと、そんなので遅れるくらいなら1年は早く発売できています。

と書いているところを見ると、だんだん開き直りつつあるようだ。

でも、『マザー2』の発売が遅れに遅れながら「カミング・スーン」と書かれたブルゾンを着て埋蔵金を掘っていた糸井さんに比べ

たらかわいいものだと自分で言い切ります。

というくだりが泣かせる。確かに糸井氏は5年かけたとは言え『マザー2』をきちんと発売してヒットさせたし、次回作『マザー3』はニンテンドウ64DDの要として期待されているのだから、それに比べりゃまったくかわいい。

とにかく、鴻上氏はこの頃は毎日12時間デバッグで、本業の舞台も含め他に何もできない日々を送っており、「さあ、殺せええ!!」と吠えていたのである。

●95年8月29日
チケット・セゾンよりダイレクトメール。

私はチケセで第三舞台のチケットを何度か買っていたので、「こいつならゲームも買うだろう」と目をつけられたようだ。しかしわざわざDMを送ってくる辺り、チケセはけっこう力を入れていたことがうかがえる。

●95年9月4日
チケセ受付開始。

電話予約。何と東京では『GOD』予約専用電話番号まで用意していた。さらに後日、急遽追加受付まで行なっていたので、こりゃよっぽど多くの予約があったのだろう――と思いきや、「百人くらいしか来なかったみたいだよ」（情報筋）。追加受付は数が少な過ぎたからだったのか。

多分チケセで買うよりゲーム店や量販店で買ったほうが安いのだろうが、チケセで予約するとプレミアムグッズがつくと言うので、私は朝イチで電話したのだった。おかげで、この後いろいろ楽しいメに遭わせていただくことになる。

価格決定！　だけど延期

○95年9月9日
鴻上氏トークイベント。

鴻上氏が監督した映画『青空に一番近い場所』のビデオ発売記念。

話は専ら映画のことで（ゲストも利重剛氏という映画監督だったし）、ゲームについては「デバッグが大変」という話くらいしか出なかった。

トーク後、その場でビデオを買うとサインしてくれるというので、ミーハー心を出して6千円を出費する。サインを貰うときに「『GOD』頑張ってください」と言ったら何も言ってくれなかったのが印象的。

●95年9月27～28日
デーモン小暮・鴻上両氏が「笑っていいとも！」の「テレホンショッキング」に出演、ゲームをアピール。

著名人が何かを宣伝するときの常套手段である。

鴻上氏はテレビ東京系のゲーム番組「スーパーマリオクラブ」にも出演して熱く語っていたそうで、とにかく宣伝しまくっていた。

●**95年10月**
新雑誌「RPGファン」で鴻上氏ロング・インタヴュー。
巻頭カラー。インタヴュアーの質問が甘くて記事としてはイマイチなのだが、そのぶん鴻上氏が必死に喋ってくれて、氏のゲーム観がよく見て取れる。

●**95年10月上旬**
ずっと価格未定だったのが、この頃から「予価1万1400円」という数字を目にするようになる。
発売が近づいた証拠だ。それにしてもスーファミのゲームって高かった。現在のCD―ROMゲームの定価は5～6千円台である。

●**95年10月中旬**
ついに鴻上氏本人による調整終わる。
これで11月発売は守れるかと思いきや、いつの間にか「12月下旬」に。

●**95年10月30日**
「宣伝隊員」の隊員証と豪華パンフが届く。でも発売は96年1月に延期。
プラスチック製の隊員証は、ゲーム中に出てくる「ブレス」(主人公達が属する対エイリアン抗戦組織)の隊員証という形を取っている。「宣伝隊」じゃなかったのか。「世界に1つしかない君だけのID番号」は01318。遅めに申し込んだのに……。
目玉はやはりA4オールカラー12ページの豪華パンフだろう。別に内容は大したことないが、カネがかかっていることは判る。

『G・O・D』の豪華パンフレット

ついでに、鴻上氏の芝居のビデオや、江川氏のキャラを使ったスクリーンセーバーのチラシ(どちらもこのメーカーから出ている)も同封されていたことを注記しておこう。こういう商品が作家とメーカーの関係を繋ぎ止めているのだ。
同封の紙には、さりげなく「発売は96年1月くらいになりそう」と書かれていた。

●**95年11月**
問題の『ファミ通』でももり上げていきたい!」という手紙が届く。
メーカーから〈緊急特別企画〉と銘打たれたDMが「宣伝隊員」宛に届く。これがどういう内容で、どういう問題なのかは【3】考察編で扱う。

鴻上氏からの詫び状!

●**95年12月1日**
チケセから発売日が「2月23日に決定」との手紙。

発売日が2月23日（金）に「決定」した、とのDMが届く。メーカーの説明によると「国内のEPロム（カセット内部のプログラムデータを記憶させるチップ）の大幅な不足により、発売日延期を余儀なくされた」そうなのだが、ここまで来ると信じていいのか怪しいものだ。「EPロム」なんて専門用語をわざわざ使うところが逆に怪しい。

さて、この郵便にはもう一枚、鴻上氏本人による手紙が同封されていた。これが傑作。

えー、そんなわけで、またもや『GOD』の発売が遅くなってしまいました。

あっ、石を投げてはいけません！

すでに『GOD』は完成しております。はい。我々の血と涙とスイミン不足と運動不足と過食をつぎ込んで、『GOD』は完成しました！

んが、発売時期のビミョーな問題があるようで、イマジニアさんは2月と言ったのね。ここから、子供の言い訳みたいな文体になるのね。

そりゃさ、前回の遅れは、ボクの責任なのね。でもさ、でもさ、今回は、ちがうんだよーだ。

でもね、イマジニアさんは、いろいろ考えて、2月にしたみたいなの。

だから、イマジニアさんを責めてはいけません。と言って、ボクを責めてもいけません。

祈るのです。人を責めず、ただ、祈るのです。あなたが『GOD』のカセットをスーファミに差し込み、スイッチを入れるその日まで、ただ、祈るのです。

そんなわけで、最後に一言。

すまん！

鴻上尚史

「ロム不足」はやっぱり怪しいのであったが、まあ、延期の原因はどうでもいい。とにかく発売日はついに決定した。あとはその日が来るのを祈りながら待つだけである。

なお、「宣伝隊員募集」のチラシがいまだに同封されていた。

◇95年12月9日

スーファミ『ドラゴンクエスト6』（エニックス）発売。

前評判以上の出来で大ヒット、3百万本以上を売り上げた。こんな怪物ソフトと同時期にわざわざ発売したら大変である。しかもスーファミの大作RPGが他にも何本か発売されており、さらにサターンで『バーチャファイター2』（セガ）が発売されたのもこの頃。

さらに延期――何かが起きた！

○96年1月26日〜2月26日

芝居『トランス』公演。

そう、発売日である2月23日にも公演はあるのだ。なんだかドキドキ。

劇場で配られる芝居のパンフに唯一載っている広告が『GOD』だったのには驚い

た。しかもカラー。発売日は相変わらず「COMING SOON!」だった（あ、綴りが直ってる）が、これは発売日が決定する前に入稿したのだろう。

●96年2月6日
何かがあったらしい。

この日もいつも通り『トランス』の公演があった。

公演終了後、鴻上氏は劇場ロビーで帰路につく観客を見送るのを常としている。ところがこの日に限って、ロビーに氏の姿はなかった——らしい。

また、舞台の幕が下りるや否や、スーツ姿の人が楽屋にあわただしく駆け込んで行ったとかどうとか。

●96年2月7日
『ソフマップ・ワールド』誌に「4月5日発売」との記述。

主にパソコン関連の通販雑誌『ソフマップ・ワールド』のゲームソフト発売スケジュール一覧表で、発売日が「4月5日」になっていた、との情報をキャッチ。

「確定」だったはずの2月23日が揺らいだ最初の事件。

◇96年2月10日
『週刊少年ジャンプ』が『ファイナルファンタジー7』(スクウェア)のグラビア写真とともに、スクウェアのプレステ移籍を報じる。

『ドラクエ』シリーズと並んで日本のRPGの双璧をなす『ファイナルファンタジー』（『FF』と略）シリーズは、これまでずっと任天堂のマシンで発売されてきた。ところが次回作はソニーのプレステで発売するとスクウェアが発表。

この移籍、そしてそれに伴ういくつかの事柄がゲーム業界に大激震をもたらし、『GOD』にも大きな影響を与えることとなる。

●96年2月中旬
ゲーム誌各誌で再び「発売日・価格未定」の文字が見られるようになる。

もう疑う余地はない。何かが動いている。

発売日のわずか半月前でのこの動きは、事態がただならないことを暗に、しかしはっきりと物語っていた。

●96年2月21日
発売前々日。この日発売の『ゲームウォーカー』誌で堀井雄二氏と対談。

『ドラクエ6』で大ヒットを飛ばしたばかりの堀井氏との対談。

前述の『RPGファン』の時には偉そうにゲーム作りのなんたるかを語っていた鴻上氏であるが、堀井氏の前では素人同然。鴻上氏のあまりに非効率的な制作過程を知った堀井氏が思わず沈黙する場面さえあった。

もちろんそれは「ゲーム作りの経験（年季）の違い」というものが大きいのだけれど、そりゃ発売も遅れるわな、と誰もが納得する対談だった。

ところで、この記事はどう考えても『GOD』発売にあわせたものと思われるが、画面写真のキャプションはやはり「発売日

未定」に差し替えられていた。

発売前日の宅急便、またも詫び状！

●96年2月22日

『G・O・D』発売予定日前日。

チケットセゾンで予約購入を申し込んでいた人のもとに、一つの宅急便が届けられた。

まずは、小包に同封されていたメーカーの手紙から引用しよう。

さて、この度チケット・セゾンにてご予約いただいておりました、スーパーファミコン用ソフト"『G・O・D』～目覚めよと呼ぶ声が聴こえ～"でございますが、開発上の都合により、2月23日(金)の発売日を延期しなければならない状況になりました。現在、制作総指揮である鴻上尚史氏と、今後の方針について再検討を始めたばかりでございまして、発売の見通しは全く立っていない状況です。

上記のような事由により、これ以上お客さまをお待たせするわけにもまいりませんので、誠に勝手ながら、今回の'先行予約'は一旦中止とさせていただきたく存じます。

当初予定しておりましたプレミアムグッズ(パンフレット・ビデオ)の代替、お詫びの品といたしまして、スーパーファミコン用ソフト1本を同封させていただきました。すでに代金をいただいていたお客さまへは、以下のように返金させていただきます。

(以下省略)

この手紙から明らかなことは二つ。一つは、いつもなら延期と同時に新しい発売予定時期が示されるのに、今回は無期延期と読めること。そしてもう一つは、このあからさまに不自然な発売延期の理由として、メーカーは「開発上の都合」という、あまりにもお決まりの常套句でしか説明していないこと。

この理由のどちらもが、尋常ならざる事態であることを物語っていた。

いったい、何が起きたのか？

この小包にはもう一枚、鴻上氏本人からの手紙も入っていた。とにかく全文引用しよう。

そんなわけで、2月23日に『G・O・D』をお届けできなくなってしまいました。ほんとうにすみません。

僕およびスタッフは、昨年の10月にすべての作業を終え、あとは発売するだけという態勢でした。

が、お届けできなくなってしまいました。

ぶっちゃけて言えば、理由は、二つ。

ひとつは、「大人の事情」というやつです。今、ゲーム業界に詳しい人なら、ゲーム業界は戦国時代に突入していることを御存知でしょう。あの「F」で始まる有名なRPGがあのハードに移ったことで、ゲーム業界はてんやわんやの大騒ぎなのです。その大騒ぎに『G・O・D』も巻き込まれた、and、飛び込んだということなのです。

もうひとつは、こっちの理由のほうが大きいのですが、開発スタッフとの意見が一致しないまま最終的にゲームを仕上げたために、

僕およびサードステージスタッフに、強い不満が残ったということです。
　もちろん、作品として、パーフェクトであるものなど存在しないと、僕は思っています。演劇なら「ああ、初日があと1週間あとなら…」、映画なら「ああ、あと5千万円あれば…」と思うのは、いつものことです。
　ですから、3年という月日と2億5千万を注ぎ込んだ『G・O・D』は、不満はあるものの、自信を持ってお届けできるものだと思っています。
　が、ゲーム業界の大騒ぎなのです。こいつは、もう一段階、グレードアップできるぜい！　となったのです。
　ですから、すみませんが、発売延期となりました。
　たくさんのお手紙をいただきました。『G・O・D』を予約したので、はじめてスーパーファミコンのハードを買ったという方がたくさんいらっしゃいました。すみません。おわびに、スーパーファミコンのソフトを1本送らせてもらいます。
　よりいい物をお届けしようと、「大人の事情」に乗っかりました。
　ここまで待たせて発売延期とは、もう、恋愛なら刃傷沙汰です。分ってます。すみません。ほんとうにすみません。
　どんな形であれ、『G・O・D』の発売が決定したときには、必ず連絡します。もうしばらくお待ち下さい。
　すみません。本当にすみません。

鴻上尚史

　ゲームが発売延期になったときに、その理由をここまで明快に示してくれるクリエイターも珍しい。延期の理由は「ゲームの出来に不満が残るため、手直ししたい」ということだったのだ。もちろん通常なら、ただでさえ開発が長引いた末やっとできあがったゲームを「不満が残る」という理由だけで発売を取りやめたりはしない。そんなことをしていたらビジネスにならないからである。
　ところが、まったく偶然に、とんでもないチャンスが訪れた。それが「スクウェアのプレステ移籍」である。
　別にスクウェアの移籍が『GOD』に関係あろうがあるまいが、そんなことは実はどうでもよかったのかもしれない。大事なのは、ゲーム業界を揺るがす大事件が起きており、それが発売を延期できる理由になってくれうるということ。
　そして鴻上氏は、その渦中に自ら飛び込んでみることに賭けたのである。
　ちなみに、手紙にも書かれているお詫びの品として送られてきたのは『就職ゲーム』という、就職活動をシミュレーションできるゲームだった。そんなぁ…。
　なお、小包の差出人として、メーカーの会社名だけでなくプロデューサーのO氏の名が書かれていたことを注記しておこう。プロデューサーとはこういうときに責任を取らされる仕事というわけか。

「GOD」はどこへ行く?!

●96年2月24日
行く先について新情報。

こうして発売日だったはずの2月23日は静かに過ぎていった。

だが一体、『GOD』はどうなるのだろう。「グレードアップする」とはどういう意味なのか。スーファミ版を改良するのか、それとも別のハードで作り直すのか。だとすると完成していたスーファミ版はどうなるのか。

鴻上氏からの手紙で延期の理由は判ったが、今後どうなるのかはさっぱり判らない。

そんな折、驚くべき情報が飛び込んで来た。

スーファミでの発売は中止し、ニンテンドウ64で開発し直すという噂がある。もちろん簡単に移植できるものでもないから、一から作り直しということになるだろう。

ポリゴンのできるスタッフを連れて来ただの、スタッフ総入れ替えだのという噂さえある。何でもメーカー側は「64で初のRPGを」と意気込んでいるとか。

ニンテンドウ64。プレステに押され気味の任天堂が満を持してリリースするニューマシンだ。

当時、64はまだ発売されていなかった。今でこそ64の苦戦が伝えられるが、発売を目前に控えた当時は「プレステの天下も64が発売されるまで。64発売で任天堂があっという間に挽回する」という見方をする人もいたくらいだった。

冗談のような話ではあるが、なるほど鴻上氏の手紙はそう読めなくもない。「どんな形であれ」と言うからには「形が変わる可能性が高い」という意味に取れるからだ。

はたして真相は?

鴻上さん本人を直撃!

●96年2月26日
本人に!

それから2日後。とんでもないチャンスが、まったく偶然に私の元に転がり込んできた。

きっかけは本当に偶然だった。知り合いが鴻上氏の芝居に興味を持っていたので、その時公演中だった『トランス』を一緒に観に行くことにしたのである。

開演前、劇場ロビー。

鴻上氏はファンサービス(あるいは招待客への挨拶)のため、この時間はロビーにいることが多く、この日も例外ではなかった。氏は女性ファンと楽しそうに歓談していた。

一緒にいた知り合いが、私に向かってこう言った。

「聞かないの?」

目的語が思いっきり省略されていたが、その言葉の意味は『GOD』の発売延期の理由よりも明らかだった。

そりゃあ聞きたい。すっごく聞きたい。でもそこまでの勇気は……でも聞きたいし……でもそんな……と堂々巡りをしていた

ら、先の女性ファンが去って、氏は一人になった。

今を逃しては、もう二度と、一生こんな機会はないだろう。

私は決意した。

今日ここで、俺がするべきことはただ一つ！

というわけで敢行してしまったインタヴューの模様は以下の通り。

私「『GOD』はどうなるんですか？」

氏「さあ、どうなるのかねえ」

女性ファンと話していたときはあんなににこやかだった氏は一転してそわそわし始め、手紙にあったように、「F」で始まる某超有名RPGがあのハードにプラットフォームを移したことでゲーム業界はてんやわんや……との説明を始めた。

私「発売は中止でなく延期と……」

氏「うん、だから何らかの形で発表できるようになったら、真っ先にチケットセゾンで予約してくれた人には知らせるよ」

はたして64説は本当なのか確かめるべく、私はわざとらしく「何らかの形」という表現に突っ込んでみた。

私「え？ てことはスーパーファミコン…？」

氏「何とも言えないねえ」

もっともっと、聞きたいことはいっぱいあった。でも、氏のぶっきらぼうな返答は、いかにこの話題が触れてはいけないものかをあからさまに物語っていた。これ以上は私の精神が耐えられない。それ以上の追及は断念せざるを得なかった。

最後に「頑張ってください」と言うと、やっと氏に笑顔が戻り、そらしていた視線もこちらを向き、握手してくれたのだった。

一緒にいた知り合いに「見ていられなくて、途中から目をそらしてしまった」と言わしめるこの突撃インタヴュー、新しく得た情報は何もなかったが、逆に「何も得られなかった」ということが一番の収穫とも言えよう。

いや、一番の収穫は、氏のこのような様子が見られたことかもしれない。それだけ、『GOD』の行方は混沌としていた。

「新バージョン」とは？

◇96年2月27日

ゲームボーイ『ポケットモンスター』(任天堂）発売。

今でこそその熱狂ぶりが知られる『ポケモン』であるが、発売当初は大して注目されておらず、比較的ひっそり発売された。

このゲームも開発が遅れに遅れ、発売されたときにはゲームボーイと言うハードがもはや寿命を終えようとしていた。ところが、丁寧に作り込まれた内容の面白さは小学生を中心にブームを呼び、気付けば「日本で一番売れたゲーム」の記録を塗り替え、たった1本でゲームボーイを最も熱いハー

ドとして甦らせてしまうに至ったのである。
開発が遅れまくっても、その間にハードが古くなってしまっても、それがゲームの売れない原因にはならないという好例だろう。もっとも、そんなことは滅多にないが。

●96年3月1日
チケットセゾンから現金書留が届く。

あらかじめ払い込んであった代金の返金である。同封の手紙には「尚、新バージョンの開発には多少の時間が必要となり、現在、発売時期は決定しておりません」と書かれており、あくまでも「発売中止」でなく「延期」であることが強調されていた。「新バージョンの開発」ということは、ただの手直しでなく作り直している、ということだと解釈できるが、それがどのハードなのかは何とも判らない。
あるいは、「新バージョンの開発」は表向きの言い訳で、実際には発売中止という線も考えられなくもない……。

◇96年3月8日
スーファミ『スーパーマリオＲＰＧ』（任天堂）発売。

スクウェア絡みの一連の騒動は、そもそもスクウェアと任天堂がこのゲームを共同制作したことから始まった。制作過程で「ゲームらしいゲーム」を作りたい任天堂と「映画のようなゲーム」を作りたいスクウェアとの考え方の相違が明らかになり、決裂の原因になったと言われている。そのゲームが延期の末、任天堂ブランドとして発売された。
ゲームの出来はというと……意見が食い違いながら作ったゲームが名作として語り継がれるほど、世の中は甘くないだろう。

そして幻へ……

●96年5月上旬
その後の動向。

あれから2カ月。
鴻上氏はあちこちの雑誌に連載を持っているが、あれ以来『ＧＯＤ』について一言でも何か書いているのを見たことがない。開発が続いているのか、お蔵入りしたのかすら不明だ。
既に『ＧＯＤ』は人々の忘却の彼方へと追いやられていた。
そんな大型連休中のある日。『ＧＯＤ』の事情に詳しい方に会う機会があった私は、さっそく「いま『ＧＯＤ』がどうなっているのか」について聞いてみた。
――結局『ＧＯＤ』はどうなってるんでしょう？
スタッフは総取っ替えとなったらしいです。キャラデザの江川氏のところとかには、メーカーの社長自ら謝りに行ったという話も聞きます。
――64での開発は進んでるんでしょうか？
メドが立っていませんね。やはり鴻上氏サイドとその他のスタッフの意見の不一致が決定的な理由のようです。オープニングシーン一つとってみても、双方の意見にはかなりの

隔たりがあるようですよ。
——もう発売は無理なんでしょうか?
そう言えば、サターンかプレステで3D格闘ゲーとして出すなんて噂も聞いたことがあります。スーファミ版と同じなのはキャラ原案だけだという……。江川氏がこの話に乗り気だとか。まぁ江川氏にしてみれば、せっかく描いたキャラがお蔵入りするんじゃいい迷惑ですからね。
——なんだか、もう無茶苦茶ですね。
ほんと、どうなるかわかんないですね。
まったく、『GOD』に未来はあるのだろうか……。

◇96年6月23日
ニンテンドウ64、及び『スーパーマリオ64』発売。

発売が遅れていた64だが、任天堂が自信を持って送り出しただけに『マリオ64』はさすがの出来で、発売直後は品薄状態だった。
ソフトの品揃えの多いプレステに対し「少数精鋭」を掲げた64の発売で、プレステが優位を占める市場の勢力図がどうなるのかが注目された。が、この後64陣営は、少数すぎたことなどが原因で苦戦することになる。

●96年8月
コミック・マーケット50。

いわゆる「コミケ」、日本最大の同人誌即売会である。
そこで、私はこの稿の元になった同人誌を制作、ひっそりと販売したのだった。
もう『GOD』の文字を見ることができるのは、ゲーム誌の新作ゲーム発売スケジュール欄の「発売日未定」の項目だけとなっていた。いずれ「発売日未定」の項目からも『GOD』の文字は失われ、うやむやのまま『GOD』は「なかったこと」になってゆくのだろう。そう、『GOD』は「完成していたのにもかかわらず、世に出ることのなかったゲーム——幻のゲーム」として語り継がれ、否、いずれは人々の記憶からも忘れ去られ、静かに消え行くのだ……。
私はそのような思いのもと、1冊の本を書き上げた。最後は次のように結んでいる。
この本の目的は…（略）…『GOD』の記憶をとどめるためだけではありません。本当なら、この本の題名は「さようなら　GOD」、サブタイトルは「GODにおくるレクイエム」とすべきだったのです。そう、これは『GOD』におくる鎮魂歌。
それは、誰もが『GOD』を忘れることなく、しかしきっぱりと訣別して、新たな道を歩んで欲しいという希望の歌です。
こうして私は静かにレクイエムを奏で上げ、『GOD』は幻となる——はずだった。

鴻上氏は諦めてなかった!

○96年8～10月
第三舞台『リレイヤー3』公演。

私はもともと鴻上氏の芝居が好きで『G

OD』に興味を持ったわけで、別に『GOD』がどういうことになろうとも芝居は観に行くのである。

劇場ロビーには、いつものように関係者からの花が飾られていた。私もいつものように、贈り主の名前をチェックしていった。今までは『GOD』プロデューサーのO氏の名義で毎回必ず花が贈られていたのだが、今回はどうなのだろう……と探した結果、意外にも、メーカーからの花はあった。まだメーカーとの関係は切れていなかったのである。

しかも驚くべきことに、その贈り主は「代表取締役」となっていたのである。メーカーの社長からの花は、一体何を意味するのだろうか……。

●96年10月初頭
演劇誌「せりふの時代」で鴻上氏、ついに沈黙を破る。

もうあの2月から半年以上が過ぎた。『GOD』の名前はゲーム誌の「発売日未定」の欄には辛うじて残っているものの、それ以外のところでその名前を目にすることは完全になくなっていた。

そんな折、小学館から「せりふの時代」という季刊の演劇雑誌が創刊された。鴻上氏も寄稿していたのだが、まぁ演劇誌だし、よもや『GOD』について語られることはないだろう……と軽い気持ちで私は読み始めた。

氏はまず、この雑誌の創刊目的に触れて、「話し言葉の時代がやってきた」と始めた。パソコンネットも、インターネットも、みんな話し言葉でコミュニケイションしている。ビデオゲームも話し言葉だ。ゲームの雄、RPGは、まさにすべて話し言葉だ——。

突然の展開に、私は「ついにこの時が来たか！」と息を呑んだ。

RPGの話をしておいて、『GOD』の話をしないはずがない。氏が2月以来、『GOD』の話をするのは、私が知るかぎりでは初めてである。

続けよう。

昔、『ドラクエ』の音楽を作曲している、すぎやまこういち先生と話をしたことがある、と氏は続けた。すぎやま氏は「素敵なRPGは、街の人と話をしているような気分になる。セリフが生きている。出来の悪いゲームは、会話しているんじゃなくて、文章を読んでいるような感覚になる」と指摘。うなずく鴻上氏に、すぎやま氏はこう畳みかけた。

「鴻上さんはうなずいてばかりだけど、そういう文章を書ける人は、どういう職業の人だと思っているの？」

それはゲーム作家の人でしょうと、呑気に答えると、

「ゲーム作家の人の書くセリフは、書き言葉になりがちなんだよ。セリフを人に読んでもらった経験がないからね。……さて、どんな職業の人が向いていると思う？」

「げ、劇作家ですか？」

「その通り。鴻上さんは、ゲームを作るべきなんだよ。だって、劇作家が一番、向いているんだから」

すぎやま先生は、にっこりと笑って、そう

おっしゃいました。

——偶然とは恐ろしいことに、ここで、文章はちょうどページの最後に来ていた。次の文を読むにはページをめくらなければならない。

次の文で、鴻上氏は、一体何と書いているのだろう……。私は震えんばかりの手でページを繰った。

ちなみに、その言葉が動機になって、僕のゲーム『G・O・D』がスタートしたのが3年半前。ひいひい言いながら、今もまだ、作っています。容量と大人のしがらみの中で、改良に改良を続けているのです。

なんと！

氏は、まだ『GOD』を諦めたわけではなかったのだ。

この後、文章は「戯曲と他のメディアの違いについて」といった『GOD』とは関連のない話題へと展開されていった。

『GOD』は、まだ続いていたのである。

だが、この短い文章から、いま『GOD』がどういう状態にあるかを読み取るのは、あまりに難しい。確実に判るのは「まだ作っている」ということくらい——発売は「中止」ではなく、本当に「延期」だった、ということくらいだ。

だが、もう一つ気になるフレーズがある。「容量に苦慮している」ということだ。

氏は、スーファミ版の開発にあたって、何度も容量をオーバーしては削って、という作業を繰り返してきた。だから、思わず「またか…」と読み飛ばしてしまいそうなフレーズである。

だが考えてみれば、プレステ・サターンといった大容量を誇るCD—ROM機で容量に悩むということは考えにくい。ムービーや生音、あるいは声優の声などがわんさか入っていればCD1枚に収まらないということはあるだろうが（翌年1月に発売された『FF7』も3枚組だった）、CD1枚の容量はスーファミ版『GOD』の200倍ほどもあるのである。

と言ってCD—ROM機でないとなると、64か、あるいはスーファミということになる（ゲームボーイとかバーチャルボーイという線もありえなくはないが……）。

当時、64はまだ発売後3カ月くらいで、まだ本格的大作RPGはリリースされていないばかりか、1本も発表されてさえいなかった。そう考えると、64で早めにリリースできるのなら、勝機がないとは言えない。

いっぽう、スーファミという可能性はかなり低い気がする。容量不足もあって作り直しをしているのだから、それをまたスーファミで出すというのは考えにくいからだ。そもそも、スーファミはもはや旧世代のハードとなりつつある。

そうなると、結局どのハードで出すのだろうか。

本当に発売！　だけどレビューは27点

●96年10月下旬

発売決定⁉

開発が続いていることは判明しても、唯一『GOD』の名を目にすることのできるのは新作ソフトスケジュールの「発売日未定」の欄だけという状況は変わらなかった。

が、10月25日、その日発売の『ファミ通』を読んでいた私は、目を疑った。スーファミの発売日未定の欄から『GOD』が消えていたのである。

ついに発売中止なのか？ 64の欄に目をやるが、どこにも載っていない。

作り続けていたんじゃなかったのか？ 結局中止なのか？ と動揺していたら、何とスーファミの「12月発売」の欄に載っているではないか！

どういうことだ？

ともかく、ついに『GOD』が発売されることになった。

が、「なぜ今ごろスーファミで？」という疑問は拭い切れない。グレードアップするために他のハードに移ったのではなかったのか。スーファミでは容量が足りないのではなかったのか。

判らない。判らないことだらけの中、ただ一つ判っているのは「『GOD』はスーファミで発売される」ということだけだった。

●96年11月下旬
具体的な発売日が決まる。

発売日が12月20日（金）に決定する。

この日はクリスマス・プレゼントの需要を見込んでゲームソフトの発売ラッシュとなり、なんと50本以上のタイトルが発売される。その中で『GOD』はどのような扱いを受けるのだろう。

●96年12月
雑誌にレビューが載る。

ゲーム雑誌各誌にレビューが載る。総じて「ゲームとして目新しいところはなく、悪くはないにしても良くもない」という感じ。業界でもっとも権威のある『ファミ通』のクロスレビューでは6・8・6・7の27点（40点満点）。

実は、そう悪い点ではない。この週は全ハードあわせて53本のソフトがレビューされているが、その平均点が23・47点。最高は34点、最低は16点。27点というのは、何と6位に当たる。決して悪くはない。が、取り立て良くないというのも事実だ。

しかし、ゲームの内容以上に気になることがある。

鴻上氏が、不自然なまでに静かなのである。「SPA！」なんかであれだけ『GOD』について喋りまくっていた氏が、ゲームの発売を目前に控えながら、雑誌の連載等でも一言も触れていないのである。

さらにはメーカー側も、私の知るかぎりでは1つも宣伝を打った様子がない。前はスポーツ新聞にまでカラー広告を打っていたのに、今度はゲーム雑誌にすら広告を出していない。

何かギクシャクしたものを抱えながら、発売日は刻々と近づいていった。

●96年12月20日

『GOD』発売日。

朝イチで量販店に向かった私は、そこで確かに『GOD』を発見した。

買うには買ったが、私にとっての『GOD』はここで終わったような気すらした。

幻となるはずだったのに、幻になることもできなかったゲーム……。

とにかく、『GOD』は結局スーファミで発売された。他のハードへの転換は断念されたのかどうか、それを知る由はない。

こうして、私の『GOD』を追いかける旅は、終わりを迎えた。

——が、実は終わっていなかったのである。

最初に「それ」に気付いたのは、半月ほど後、年が明けてからのことだった。

スーパーファミコン版『G・O・D』

もう一つの『GOD』、PS版があった!

●97年1月
「日経ゼロワン」誌で、鴻上氏インタヴュー。

本屋でたまたま、普段は読んでいない「日経ゼロワン」という雑誌の表紙に「鴻上尚史」という名前を発見した。「もしかしたら『GOD』について何か喋ってるかもな」と思った私は、その雑誌を買って帰り、家で読み始めた。

それが、『GOD』にまつわる物語の、思いもかけない続編の始まりだった。

インタヴューは「演劇とデジタルの関わり合い」とかそういう話だったのだが、ある一文を見た私は、その場で凍りついた。

その記事には『GOD』の画面写真が掲載されていた。が、問題はその写真ではなく、その下に添えられたキャプションだった。

そこには、確かにこう書かれていたのだ。

「プレイステーション版は97年発売予定」

プレステ版!? そんな話は始めて聞いた。急いで手元の『ファミ通』を確認する。

!

発売スケジュールのプレステの97年発売の欄には確かに『GOD』の名があった。

どういうことだ? 『ファミ通』のバックナンバーを調べた結果、驚くべきことに、スケジュール欄に初めてプレステ版『GOD』が現れたのは、何と11月29日号（11月15日発売）だったのだ。

ちなみに、スーファミ版の発売予定が「未定」から「12月」に変わったのは11月8・15日合併号（10月25日発売号）である。つまり、スーファミ版の発売決定とプレステ版の発表は、実はほぼ同時期だったのだ。2カ月近くも知らずに過ごしていたとは、不覚である。

しかしプレステとは、正直予想しなかった。しかもタイトルから推し測るに『GOD2』ではなく、あくまで『1』のようだ。

続編ではなく、より表現力の豊かなハードにプラットホームを移してのリメイク版ということになる。

しかしリメイクというのは、人気を博した最初のバージョンが出て何年か経ってからするのが普通だろう。プレステ版の開発が進んでいたのに、なぜわざわざスーファミ版を発売したのか？　うーむ……。

●97年1月
攻略本発売。

それからしばらく後。

私は本屋で驚くべき物を発見した。「G・O・D完全攻略ガイドブック」（NTT出版）――スーファミ版『GOD』の攻略本である。

まさか『GOD』のようなマイナーなゲームに攻略本が出るとは思っていなかった私は、すぐさまレジへ走っていった。

ゲームをまだプレイしていなかった私は、中身をあまり見ないようにしながらパラパラとめくってみた。開発スタッフの座談会も収録されてて、なかなかやるなあ…と思っていた矢先、とんでもない文章に遭遇した。

> スタッフは、睡眠時間を削って、栄養失調になりながら、ほんとうに頑張ってくれました。
>
> 初めてのゲーム作りで、いろんな発見がありました。一番の発見は、結局のところ、ゲームとは、プログラムをする人とのコンビネーションであるということでした。これは、映画における監督とカメラマン、演劇における演出と俳優の関係に近いのかもしれません。この関係がすべてに優先するのです。
>
> 今回、私は、奥歯にモノがはさまったような言い方しかできません。
>
> 『G・O・D』は、メタゲームとして発想しました。ゲームの中でゲームを考えるということです。
>
> あなたが、『G・O・D』を楽しんでくれたら幸いです。
>
> 僕たちの旅はまだ終わっていません。
>
> 鴻上尚史

もう疑いはない。鴻上氏は、スーファミ版に対して相当の不満を持っている。それも、「自分の担当したシナリオや演出が良くなかった」という自己批判や、「スーファミの機能では思い通りの演出ができなかった」というハードへの不満ではない。スタッフへの、特にプログラマーへの不満である。

が、このわずかな文面からは、それ以上のことを読み取るのは困難である。いったいそれがどういう意味なのか、そして実際にそうなのかを検証するには、あまりに情報がなかった。

いや、もう一つ判ることがあった。旅はまだ終わっていないこと。それがプレステ版を示唆していることは明らかである。攻略本中にはプレステ版についての言及は一切なかったが。

それにしても、攻略本の巻末言にこんなメッセージを寄稿してくる鴻上氏っていったい……。これを受け取った攻略本の編集者は唖然としたのではなかろうか。

○97年1月～4月
『朝日のような夕日をつれて'97』公演

81年、第三舞台の旗揚げ公演は『朝日のような夕日をつれて』というタイトルだった。以来この作品は、時代の最先端のテーマを取り入れながら5度にわたり再演されてきた。第三舞台の原点である。

と同時に、「新しいおもちゃを開発しようとしている玩具メーカー」が舞台の一つであるこの作品は、氏とゲームとの関わりをもヴィヴィッドに描いている。前ヴァージョン『～'91』では既に「ネットワークゲーム」の可能性に言及しているのだ！　まだ『ウルティマ・オンライン』も『DIABLO』も、プレステもサターンもなかった頃に、である。

そして今回の作品では、そのネットワークゲームはさらに進化した形態となっていた。一見『GOD』とは共通点のないように思える劇中のそのゲームは、エッセンスは同じなのかもしれないなあ……と感じさせもするのだった。

◇97年1月30日
プレステ『FF7』（スクウェア）発売。

ついに『ファイナルファンタジー』シリーズの最新作であり、業界をあれほど騒がせた『FF7』が発売。初の本格的なコンビニ流通も行ない、何だかんだと言われながら『FF』シリーズ最高の売上本数を記録した。

●97年3月上旬
発売を延期しつつ改題。

プレステ版『GOD』の正式タイトルは、当初はスーファミ版と同じ『G・O・D～目覚めよと呼ぶ声が聴こえ～』だったが、このころ『G・O・D　pure』に変更された。同時に発売予定は「春」から「6月」に延期。

「pure」という単語がどこから出て来たのかは不明だが、「プレステ」という語をローマ字で書いてみたら「お、最初の4文字だけだと『ピュア』って読めるじゃん、何か意味ありげだし、これにしよう」という感じで決まったものだ……と私は推測したい。

熱く語られた、スタッフへの不満

●97年3月
「EYE・COM」誌で鴻上氏が語る。

鴻上氏はデジタル関係にも通じているので、「EYE・COM」（アスキー・月2回刊・現「週刊アスキー」）というコンピュータ雑誌にもエッセイを連載していた。

その誌上で、鴻上氏が、ついに『GOD』について語り出した。

人から「ゲームを作ろうと思ってるんですけど、どうすればいいんでしょう」と聞かれ、「RPGならおやめなさい」と答えた。なぜなら、RPGを作れるノウハウと人脈と資金力を持っている会社なんて、日本に10社もないからだ。

さらに、一から自分達で立ち上げて、まっとうなRPGを作ろうと思っているのなら、人生を最低5年は棒に振る決意をしなければ

だめだ。

それでも作るというのなら、最低必要なのは、二人。

一人は、有能なプログラマー。プログラムが有能なだけでなく、文系クリエイターとコミュニケイトできる能力を持っている人。1週間徹夜して作ったプログラムが、プログラムとしては完璧でも、ネタとして面白くないためボツになっても、ちゃんと生きていける人。

もう一人は、RPGのプログラムが解っていて、文系クリエイターと話ができて、なおかつ商売をちゃんと考えられるプロデューサー。

どちらも、なかなかいない。本当に少ない。

（要約＝著者）

氏が開発スタッフに持っていた不満は、ここで明らかにされた。プログラマーとプロデューサー。「スーファミ版はこいつらがダメだったから失敗したんだよ」という意味にしか取れない。

そして、氏は「今、プレステ版の『GOD』に向かって頑張っている」と続けた。その次に、はっきりとこう言ったのである。

「スーファミ版は、発売するとは思わなかった」

驚愕の告白であるが、これについて考える前に、内容の紹介を続けよう。

一番深刻な問題は、時間がかかりすぎることだと思う。まっとうなRPGを作ろうとすると、20代のクリエイターは、20代をまるまるかけても、1本、よくして2本のRPGしか関われない。

映画では、監督を目指す若者は、20代で最低でも5本以上体験できる。演劇でも、20代に10本以上の作品を経験できる。ただRPGだけが例外なのだ。

スーファミ版『GOD』をやって、なにが問題だったかようやく解った。内容ではなく、ゲーム制作のシステムについて。が、4年やって解るというのは、自分で言うのもなんだが、遅すぎる。他のゲームならこんなにかからないのははっきりしている。

そして、「『GOD』のプレステ版が夏に出ます。そこでまた、ひとつ、結果を出そうと思っているのです」と氏は結んだ。

たった三度の延期でPS版発売！

「ゲームがなぜ失敗したか」についての反省文として、これほどまでに明快に書かれてしまったものは、そうそうないだろう。

失敗の理由については、これ以上の解説も特に不要だろう。プロデューサーが悪かった、プログラマーが悪かった。それがすべて。クリエイター側から見れば、そうなのかもしれない。

「スーファミ版は発売するとは思わなかった」というところにも、メーカー側との意見の相違が見て取れる。

プレステ版が世に認められる名作となれば、その論は正しかったことになる。今は

ただ、夏の発売を待つことにしよう。

●97年4月下旬
発売日、夏に。

「6月」から「夏」へ変更。順当に延期されている。

●97年5月上旬
発売日、6月に決まる。

再び発売日が「6月」に戻る。わざわざ戻したということは、6月で決定と見ていいのだろう。

『ファミ通』に「攻略本同時発売」という広告が載っていた。スーファミ版の攻略本はNTT出版から出たのに、プレステ版はアスキーからというのは不思議だ。

なお、開発には少なくとも1年はかかると思うので、そうなるとプレステ版は昨年の夏には開発がスタートしていたことになる。

●97年5月
発売日が「夏」に戻る。

発売日を延期しない『GOD』なんて『GOD』じゃない、ってことだろうか。

同時発売の攻略本も延期になるわけで、アスキーの担当編集者も大変だ。

○97年8月～
鴻上氏、1年間の英国留学。

演劇の本場は、やはりシェイクスピアを生んだ英国である。というわけで、鴻上氏は文化庁の何とかという制度で、1年間英国に留学することになった。

プレステ版の発売も見届けないでイギリスに行っちゃうなんて……だが逆に言えば、開発は大体終わったということなのだろう。あるいは投げたか。

●97年8月下旬
発売日、秋に。

このずるずるとした延期には、何か覚えのあるような。

●97年9月上旬
9月25日に決定?

『ファミ通』に載っていたし、また別ルートからも同じ情報が入ってきたので、確実性は高い。

が、他の雑誌では相変わらず「秋」のままになっている。どういうことだ?

●97年9月25日
やっぱり発売されなかった。

いくら発売延期が『GOD』の名物だからって……。

なお、スーファミ版の最終発売時とは違って、宣伝はされてないわけではなかった。ゲーム店の店頭に、ゲームの主人公や仲間達のヌイグルミが計6体、どどーんと並んでいて「『G・O・D pure』9月発売!」と訴える。宣伝の形態としては珍しかったが、設置に場所を取るので店側からどう思われていたかは不明。

ただし、「このためにわざわざヌイグルミを作ったのか!」と驚くのは早合点である。ヌイグルミのタグを見るとスーファミ版の

タイトルが印刷されており、実際、スーファミ版攻略本のスタッフ座談会の写真にこのヌイグルミが写っており、「スーファミ版がヒットした暁にプライズマシン用に作ったヌイグルミ」であることは間違いない。

ということは、お蔵入りしてたものを引っ張り出してきただけということか……。資源の有効活用。

また、店頭ではこのような宣伝活動が見られたのだけれど、私の知るかぎり、ゲーム雑誌に広告が載ってなかったのも興味深い。

●97年10月下旬
発売日は「秋」から「冬」に。

もう何も言うことはない。

●97年12月中旬
発売日が2月26日に決定!

「どーせまた延期するんじゃないのか?」という考えのほうが先に浮かぶくらい、世の中に対して疑り深くなってしまった。

プレイステーション版『G・O・D』

●98年2月26日
プレステ版、無事発売。

驚いたことに、今度はきちんと発売されたのである!

奇しくもスーファミ版の「今度こそ発売されるはずだった日」2月23日と数日しか違わないのであった。もっとも、単純にメーカーの決算の都合だろうが。

『ファミ通』のクロスレビューは7・7・6・7の27点。なんだ、スーファミ版と同じ点じゃん。グレードアップしたはずなのに……。

なお、私の知るかぎりでは、やはり宣伝はされていなかった。

96年2月22日。スーファミ版が発売されるはずだった日の前日に届いた、鴻上氏からの手紙には確かにこう書かれていた。

どんな形であれ、『G・O・D』の発売が決定したときには、必ず連絡します。もうしばらくお待ち下さい。

私はまだ連絡をもらっていない。

●98年3月下旬
プレステ版攻略本発売。

『G・O・D pure 公式ガイドブック』がアスペクト（アスキーの関連会社）から

発売される。

鴻上氏の巻頭言からは「旅は終わっていません」というセリフはなくなっており、代わりに「このゲームが、あなたの手に届くまで、5年以上の時間がかかりました。長い時間でした」という言葉になっていた。

『GOD』のプレイ序盤、これからいよいよ旅が始まるというまさにその時、ある人物が主人公に語り掛けた言葉を引用して年表編の締め括りとしよう。

「長い旅になるよ。それでもいいのかい？」
「はい」
「そうか。いい旅になるといいね」

ちなみに「いいえ」としたときの答えは

「そうだね。暇つぶしより人生つぶしなんてできないからね」

だった。

【3】考察編

さて、『GOD』のたどってきた経緯というのは右の通りだが、そこからは鴻上氏サイドの主張しか見えてこない。氏の言う「理由」は確かに間違ってはいないのだろうけど、あくまで一面に過ぎない。もう一方の当事者であるメーカー側としてはどうなのだろう。事実関係を明らかにし、物事を多面的に捉えてこそ、『GOD』の真の姿が見えてくるのではないか？

そんなある日、私は偶然にも『GOD』に詳しい方に話を伺うことができた。その内容は以下の通りである。

延期の理由　発売の理由

――まず、スーファミ版の発売が遅れに遅れた理由というのは何だったんでしょう？

鴻上氏サイドがゲーム開発に不慣れだったためのようです。さらに、噂では開発を担当していた下請け会社が逃げ出したとか……。

ただ、これについては、鴻上氏サイドがゲームを作るのは初めてだということを配慮しなかったメーカー側にも責任があるでしょう。糸井重里氏が任天堂から『MOTHER』を出して大ヒットさせたのを見て、「第2の『MOTHER』」「第2の任天堂」を夢見て、「著名人を連れてくればそれでうまく行くだろう」と考えた、読みの甘さがあったんじゃないでしょうか。

――スーファミ版は「2月に発売」でほぼ確定していたのに、それが直前になって延期された理由は？

任天堂より手直しを求められたため、らしいです。

任天堂は、発売されるすべてのゲームについて内容の事前審査を行なう「スーパーマリオクラブ」というシステムを持っています。暴力シーンや性描写に対するチェックだけで

なく、「ゲームとして面白いか」という審査もするんですが、それで規定点数が得られなかったのではないかと思います。

スーファミのROMは、任天堂が一括生産するという形を取っているのですが、規定点数以上を取るとこの製造費が割引価格になるのです。つまり、規定点数を得られなかったゲームは採算的な問題から1万円以上で発売せざるをえなくなり、他のソフトより高価になってしまうのです。

さらに、1万以上の価格がついたということは、規定点が取れなかったことを問屋・小売店に暗に示してしまい、「このゲームはつまらないのでは…」という印象を与えてしまうのです。

そのため、手直しをするという理由で発売を延期したんじゃないでしょうか。

――2月の発売延期は、あくまでも「延期」だったのか、それとも「事実上の発売中止」だったのでしょうか？

2月の時点では、メーカーはどちらとも決めていなかったのが本当のところではないでしょうか。

実は延期は少なくとも2段階されており、2月の時点では「3月末〜4月中までの発売延期」で、その後無期延期となったのです。『SOFMAP WORLD』にいったん「4月発売」と記載されたことは、その裏付けといえるでしょう。

1回目の延期が任天堂からの指摘によるのは明らかですが、その後の無期延期については、単に手直しに時間がかかったからなのか、メーカー側の営業的な判断なのかは判りません。

――結局、無期延期になって事実上の発売中止と思われたのに、12月になって発売されたのはなぜ？

何とも判りませんが、「あわよくば…」というメーカーの論理じゃないでしょうか。少なくとも、多少でも資金回収をかける必要があったことは容易に想像がつきます。スーファミから次世代機への移行がかなり進んできたことから、完全に移行する前には発売しておきたかった、ということがあるのでしょう。

また、プレステ版の発表とスーファミ版の発売決定の時期とがほぼ一致していることから、「プレステ版の開発がある程度見えてきたのでプレステ版の発表に踏み切り、その相乗効果を狙ってスーファミ版を出す」ということがあったかもしれません。

――鴻上氏は、スーファミ版の発売に不満を持っていたようですが？

それについては、どうもメーカー側は鴻上氏側と突っ込んだ話はしないまま、発売決定をなしたのでは…と思われる節があります。メーカーは年末発売を急遽決定した形跡があるからです。

メーカーがスーファミ版の発売を正式に決定した時期は96年10月末ごろです。ちょうどこの頃、鴻上氏は米国滞在中、もしくはそ

の直前でした。つまり、充分な話し合いの場自体が持たれぬまま、あるいはそうした時間的な余裕がない状態で発売になったのでは、という推測ができるのです。

——2月の延期から12月の発売までの間、スーファミ版は開発が続けられていたのでしょうか?

どうでしょう……任天堂のチェックの入った部分は手直しされたはずですが……。

プレステ版の開発が始まった頃にはスーファミ版の開発は終わっていたかもしれません。

——どうして「プレステ版」というものが出て来たのでしょう?

鴻上氏が再三述べているように、スーファミ版は内容が当初の予定の3分の2程度になったなど、不満足な部分があったこともあり、鴻上氏も開発陣も「機会が与えられるのであれば…」とは考えていたようです。

そこに任天堂から手直しを指摘され、またスクウェアのプレステ参入への対応を検討するためにもメーカーはスーファミ版の発売を延期し、検討の結果、次世代ハードの流れがプレステになると判断、『GOD』をプレステでやる方向に路線変更したのでしょう。

メーカー側としては、スーファミ版から大きく変更しない形を考えていたと思われます。それなら、それまでのプレステでの開発経験もあるので、大して時間もかからずに発売でき、早期の資金回収が可能、と読んだのでしょう。

——プレステ版の発売も延び延びになった理由は?

やはり開発の遅れが原因ではないでしょうか。

先に述べたように、メーカー側としては早期開発・早期発売を想定していたのでしょうが、実際には鴻上氏サイドのこだわりのせいもあって、ほとんど作り直しのようなことになってしまい、時間がかかったのだと思います。

いかがだったろうか。鴻上氏が語った「クリエイターの論理」とは違った、「メーカーの論理」というのが見えてきたはずだ。

だからと言って「このようなメーカーの考え方が、良質なゲームを作る上での妨げとなる」という結論を出すのは誤りだ。ゲームが「商品」であることは、商業演劇の世界で観客動員数ナンバー1を誇る劇団を率いてきた鴻上氏なら、解っていないはずがない。

が、メーカーと鴻上氏が、あまりにも解り合えていなかった…というのも、どうやら事実である。それが、スーファミ版『GOD』のような結果を生んだ。

プレステ版では、はたしてこの問題は解消されたのか? それとも、スーファミ版の二の舞を繰り返したのか?

それは多分、世間のプレステ版『GOD』への評価がすべてを物語っている。

メーカーからの組織票依頼！

「メーカーの論理」という話が出てきたところで、年表編95年11月のところで触れた「問題の手紙」について見ておこう。というのも、この「宣伝隊員」に宛てた手紙に、メーカーの論理が顕著に表われているからだ。

この手紙の内容は、次のようなものだった。

〈緊急特別企画〉
●「週刊ファミコン通信」でも『GOD』をもり上げていきたい!!

隊員のみなさまもご存知の通り、『GOD』は各ファミコン誌を中心に順調にもり上がりを見せてきています。

（中略・各誌の掲載状況）

そこで、現在、残念ながらあまりもり上がっていない「週刊ファミコン通信」でも『GOD』をもり上げていきたい！

★「週刊ファミコン通信」を買っている隊員、もしくはこれから買ってみようと思っている隊員は、ぜひ、誌面内のアンケートハガキ「期待の新作TOP20」のコーナーで『GOD』に投票してほしい。

「週刊ファミコン通信」11月10日発売号からスタートです。

一読すればお判りの通りの組織票依頼である。

「ファミ通」という雑誌は、ゲーム雑誌の中では部数・知名度ともにダントツであり、その影響力は計り知れない。「ファミ通」の「期待の新作」コーナーにランクインするということは、単純に他の読者への知名度が増すというだけのことではないのだ。これを元に雑誌側は記事を組み、それを読んだ読者の期待度はますます高まるという相乗効果も生む。そして何より、問屋・小売店は「ファミ通」を見て発注数を決めるのである。

たしかに『GOD』は、角川のゲーム誌「マル勝」でこそタイアップ漫画まで連載していて、人気ランキングでも上位に位置していたというのに、「ファミ通」ではほとんど取り上げられることもなかった。よりによって業界で最も権威のある雑誌で知名度が低いというのは、営業戦略上致命的なことである。この状況を打開するためには組織票もやむをえまい、とメーカー側は考えたのだろう。

では、実際に票は集まったのだろうか。

当時の『ファミ通』を改めて調べたわけではないので本当のところは判らないが、私の記憶では『GOD』がランキングに入ったことはなかったように思う。票が集まらなかったのか、あるいは集まったものの組織票とみなされ雑誌側で排除されたのかは判らない（明らかに組織票と判断できる投票は集計から除いているそうだ）。

が、そもそも「組織票依頼」というメーカーの行為自体が、ユーザのメーカーへの信頼度を下げることに、メーカーは気付かなかったのだろうか？

【4】ゲーム編

ここまで『GOD』がたどってきた運命を追ってきたわけだが、はたしてこのゲーム、肝心の「ゲームとしての出来」はどうだったのだろう、今度はその辺を探ってみたい。

商業的にもゲーム的にも「失敗作」？

はじめに「『GOD』は失敗だった」とはっきり言ってしまおう。

商品としての『GOD』は、どう見ても惨敗である。具体的な販売本数は知らないが、ゲーム雑誌等での評価、市場での評判、そして何よりもこのゲームの知名度がすべてを証明している。

ただし「商業的には成功しなかったもののゲームとしての出来は素晴らしい」という作品もなくはない。『GOD』はゲーム作品としてはどうなのか？

再度はっきり言ってしまうと、『GOD』はゲームとしてもやはりパッとしないのである。

いったい、何がいけなかったのだろう。

業界の問題と鴻上氏の問題

失敗した原因としては、まずメーカーとの間で生じた問題が思い浮かぶ。考察編でも語られているように、メーカー側の論理や開発会社とのトラブルが、ゲームに影響を与えていないはずはない。

また、スタッフの問題もあるだろう。「いいプロデューサとプログラマがいない」という氏の言いぶんは確かにもっともで、ご愁傷様としか言いようがない。

このメーカーやスタッフ（まとめて「業界」と言ってもいいかもしれない）というのがとんでもなく大きな失敗の要因であるのは事実だ。しかし業界の問題は何も『GOD』だけに限ったことではないし、第一似たような条件下で成功したゲームもあるはずだ。業界について論ずると話がマクロになりすぎて、本稿の趣旨からズレてしまう。

そこで、強引を承知で話を『GOD』に引き戻し、鴻上氏自身の問題について考えてみることにしたい。

「ゲーム作家」への憧れ

まず、鴻上氏がゲームを制作しようと思った動機について見てみよう。

始まりは、ゲーム好きなら誰でも思うことでした。

『ドラゴンクエスト』や『ファイナルファンタジー』シリーズにどきどきして、ゲームが（特にRPGが）大好きになった人間が、「ああ、自分達でもゲームを作ってみたい」と素朴に、しかしはっきりと決意したところから、すべては始まったのです。

と言って、ゲーム会社に就職して、長い時間をかけて修行してこつこつとゲームを作ろうというのではなく、「今すぐ作りたい！とっとと作りたい！　アイデアはあるんだ！

中世の物語ではなく現代なんだ！　少年は夏休みに自転車で北海道に旅立つんだ！　そのときエイリアンが襲ってくるんだ！」と僕および僕の友人達と興奮したのが始まりでした。

自分で『ドラクエ』や『ＦＦ』のようなゲームを作ってみたい――ゲーム作家への憧れ。これは、男子小学生に将来なりたい職業を聞くと「ゲームデザイナー」が回答の上位に位置するのと同じ、素朴な欲求だろう。

しかし大人は素朴な欲求だけでは動かない。憧れを実行に移すからには、「ゲームを作ったら結構イケるんじゃないか」という自信があったはずだ。だからこそスタッフに著名人を起用し、「『ドラクエ』『ＦＦ』の仲間入りをしたい」と宣言する。そして「１００万本くらい行ってもらえれば」とまで言い放ったのである。

ゲーム作りには劇作家が一番向いている

その自信には根拠があった。氏には戦略があったのだ。

それは「演劇のノウハウをゲームに活かす」ということだった。演劇の世界で脚本・演出をやってきた氏は、「ゲームを作るには劇作家が一番向いている」と勧められたこと（年表編96年10月の項参照）もあって、「演劇をやってきた自分だからできること」が武器になるとはっきり認識していた。

演劇の手法とは、具体的には例えばセリフ回し。氏は「書き言葉で書かれたセリフの生きていないゲームが多い」と指摘しつつ、次のように自信を見せた。

ＲＰＧのキャラクターというのは、僕らプレイヤーの中では生きている人間ですよね。僕は役者にセリフを書いている人間ですから、ゲームの中でも役者が言いやすい言葉を無意識に選んでいるんです。生きている人間がズバッと言うような言葉をね。その点は、僕がやってきた仕事に非常にあっているんじゃないかと思います。

また、間の取り方でも「恋人が画面上に現われて、２秒後に主人公が現われる。この２秒が大切なんですよ」と力説する。

シナリオについては、特にＲＰＧというジャンルは自分のキャラクターを育てていく過程で感情移入していくものだけに、最初に何十分もダラダラとストーリーを説明されて、それで「さあやれ！」と言われても……と既存のゲームへの不満を述べる。「最初は間口の広いところから入っていって、気がついたら物語のうねりの中にいる」のがストーリー・テリングの基本なのに、それが解っていないゲームが多すぎると言うのだ。

ＲＰＧの約束事を壊す

さらに、氏はこれらのような表現の技術だけにとどまらず、構造の問題にまで踏み

込もうとした。
ちょっと古い話になるが、Jリーグが発足直後の爆発的な人気を誇っていたころ、氏は「第三舞台のライバルは」と聞かれると、他の劇団の名前を挙げるのではなく「Jリーグ」と答えていたそうだ。演劇というものを、閉じた枠組みの中だけで考えるのではなく、枠組みの外から考えようというわけだ。
あるインタヴューで、「鴻上さんは約束事を壊される方なので、今までの『RPGの約束事』を壊していただける、という期待があるんですが……」との質問に、氏は次のように答えている。

約束事を壊すって言うよりも、普通の目っていうことなんだよね。芝居でも、主人公が突然客席の方を向いて「こいつはいい奴なんだろうか、悪い奴なんだろうか、そのとき僕は…」としゃべり出す。でもちょっと待て、この距離でそんなこと言ったら「こいつ」に聞こえるぞ、っていうのがあった。昔の人たちは「お芝居っていうのはそういうもんだから」って言うんだけど、いくらそういうもんだからって言われても、この距離なんだからバカでも判るだろうって思ってた。だから破壊しようって意識じゃなくて「だってこういうことでしょ、これは」っていうのが凄くあると思うんだよね。

メタ・ゲームを目指して

構造に目を向け、枠組みや「お約束」を鵜呑みにしないというそのスタンスをRPGの世界に持ち込んだ結果、出てきたのが次のコンセプトである。

『GOD』はメタ・ゲームとして発想しました。ゲームの中でゲームを考えるということです。

メタ・ゲーム!
普通RPGを作ろうという場合、「まず先に表現したいテーマがあり、そのハコ（媒体）としてRPGを選ぶ」というプロセスをたどるだろう。しかし氏は、元来ハコであったはずのRPGそのものをテーマとして選んだのである。RPGのお約束を疑い、ゲームという枠組みに向き合おうと言うのだ。
「ゲームの中でゲームを考える」というコンセプトは、『G・O・D』というタイトルに既に反映されている。氏は、このタイトルに次のような意味を込めた。
第1には素直に「神」。「あなたにとっての神とは何ですか」という問いかけ。
第2に「Growth or devolution」――成長か退化か。モンスターを倒して経験値を手に入れて、強くなるということは、いったいどういうことなのだろう。はたしてそれは本当にいいことなのだろうか。人生の中での成長と退化とは何だろう。あなたにとって成長とは何なのか。
これが「どんどん強くなって最後に敵の大ボスを倒す」という既存のRPGに対する問題提起であることは間違いない。
このように、『GOD』は非常に壮大な理

想を持って出発した。しかし、結果的には失敗に終わった。なぜか。

著名人スタッフはどうした?

『ＧＯＤ』の失敗の原因を考えるとき、まず思い付くのが「著名人スタッフはどうした?」ということだろう。

例えばキャラクター・デザインは江川達也氏だ。となれば、普通は「かわいい女の子」とか「迫力あるリアルな絵柄」とかを期待するだろう。だが、自キャラは画面上では２頭身のデフォルメキャラしか出てこないのだ。江川氏のデザインした主人公たちの姿は、パッケージなどでしか見ることができないのである。

デーモン小暮閣下の音楽も同様だ。この名を聞けば誰だってギンギンのヘヴィメタを思い浮かべ、今までのゲームとは違うブッ飛んだ音楽を想像するだろう。だが実際にゲーム中に流れるのは「ごく普通のＢＧＭ」以外の何物でもない。

他にも、戦闘に勝利すると自キャラはダンスを見せるのだが、この振り付けはドリカムなどの振り付けで有名な川崎悦子氏なのだそうだ。こんなところに本職の振り付け師を投入したゲームは珍しいだろうが、結局２頭身のキャラが一瞬踊るだけなのだ。

結局、せっかく著名人を起用しておきながら、それを活かす工夫がまったくされていないのである。それでも、ゲームとして面白いのならば、まだ救いがある。ところが実際はどうだろう。

断言してしまおう。ゲームとしても、『ＧＯＤ』は面白くないのである。

なぜこのゲームはつまらないのだろう。

ありがちなＲＰＧにすぎない

実は『ＧＯＤ』自体は「面白そう」なのだ。メタ・ゲームという発想一つ取っても、色々な想像をかき立てられる。

しかし、面白そうではあるのだが、その面白さにたどり着く前に飽きてしまうのである。言い換えるなら、『ＧＯＤ』ならではの「何か」が見えず、ありがちなＲＰＧにしか見えないのだ。

ヒットしたゲームには大抵、一貫した理念がある。『ドラクエ』であれば「ゲームでしか表現できない物語を追求したＲＰＧ」、『ＦＦ』であれば「ゲームでありながら映画のようなＲＰＧ」といった具合だ。では『ＧＯＤ』はどんなＲＰＧと言えるのか。

氏があれほど強調したセリフや間の問題も、実際にゲームを進めていくとそれほど他のゲームと比べて際立っているとは思えない。なるほどプレイヤーをニヤリとさせる要素は随所にあるが、それがゲームを進める牽引力となるほどの力を持っているわけではない。

ではストーリーはどうだろう。

「芝居には芝居向き、映画には映画向きのストーリーというものがあるから、今回はＲＰＧにぴったりくるようなストーリーを考えていった」と氏は語っており、既存のＲＰＧへのアンチテーゼとしての「脱ＲＰ

Ｇ」というよりは、「ＲＰＧの王道とはこういうものだ」と言えるようなゲームを目指したようだ。しかしそれは「ありふれたお話」でもある。

『ＧＯＤ』の冒頭部のあらすじは次のような感じである。

主人公である少年は、夏休みに初めての一人旅に出た。その時、ＵＦＯが攻めてくる。そこに字幕「１９９９年7月、空から恐怖の大王が降りた」。

気付くと２００９年。エイリアン襲来によって地球は壊滅状態。どうやら主人公には他人と違う力があることが判る。同じ力を持つ仲間を探し、人類に平和を取り戻すために、主人公は旅立つ……。

舞台が近未来のＲＰＧ、しかも「ハルマゲドン物」というのは特別目新しいわけでもない。もちろん、変に斬新な空想的世界観を押し付けられるよりは、ありがちでもしっかりした世界観の方がプレイヤーにとってはありがたい。だが、ストーリーがありがちな上に間口が広いため、先の展開が見えた気になってしまい、結果、佳境に入る前に飽きてしまうのである。

同人ソフト?

鴻上氏は『ＧＯＤ』をメタ・ゲームだと言った。じゃあ『ＧＯＤ』は「メタ・ゲームとしてのＲＰＧ」と言えるのだろうか。

このゲームをプレイしていると、パロディの多さに気付く。

例えば普通のＲＰＧでは、勝手に他人の家に上がり込んでタンスとかを調べまくって中身をすべて持ち去っていくことはよくあることで、「人の家のタンスをあさる勇者様」なんてのはパロディ4コマの格好のネタとなっているわけだが、このゲームではある民家に入ると、こう言われてしまうのである。「勝手に入っちゃダメだよ。他のゲームと違う？　他のゲームが失礼なんだよ」

他にもネオコウベという街では「昔、ポートピアで殺人事件があったそうだ」という話が聞けたり（堀井氏の『ポートピア連続殺人事件』のことだ）、枚挙にいとまがない。

氏は、このゲームを「ゲームに対するオマージュ（献辞）として作った」と述べている。確かに氏がゲームを、ＲＰＧを愛しているということは切々と伝わってくる。だが、例えばマンガの世界では、「マンガ好き好き～」という感情だけで制作されたマンガは、普通「同人マンガ」というジャンルに入る。

別にパロディがいけないとは言わない。でも、それだけをもって「これはメタ・ゲームです」と言われたらちょっと悲しい。『ＧＯＤ』はパロディ以上のメタ論を展開することができたのだろうか。

強くなるということは、いいことなのか

先に『ＧＯＤ』はメタ・ゲームであると述べた。そのコンセプトから、氏は次のような考え方を導き出した。

ゲームというのは楽しくなくてはダメだと

思っています。しかし、そこからもう一つ進むとしたら、いろいろ進み方はあると思いますが、その中で僕らが選んだのは「だから、わかってる？　僕たちは大ボス倒しちゃったんだから、世界征服できるんだぜ」ということなんです。みんなニコニコして誉めてくれるけど、多分半分くらいの人は恐いと思って、絶対的な孤独の中に放り込まれるかもしれないよ、ということを押さえていてもいいな、と思います。

　この「ゲームからもう一つ進んだ先にあるもの」を追い求める試みは、成功している箇所もある。例えばプレステ版の序盤、少年時代の主人公が「神の石」に触れると、主人公の体が不思議な共鳴を起こす。このとき、それを見たガキ大将がこう叫ぶのだ。

「ば、化け物〜！」

　そりゃそうだ。石に触って体が光る人間なんて、普通はいない。主人公の秘められた能力が覚醒しようとする嬉しいはずのシーンにもかかわらず、そう叫んで逃げ出したガキ大将のことを思うと、ドキッとせざるをえない。この「強くなるということは、いいことなのか」という疑問は、ゲーム中にいろんな形で繰り返し出てくることになる。

ゲームに対する意識の甘さ

　また、ストーリー展開がありがちとは言ったが、中盤以降の展開はなかなかさすがである。シビアな物語。成長か退化か。神とは。そしてテーマの一つに挙げられている「母」。ゲーム終盤、これらが様々な伏線の上にがっちり噛み合うさまは、本当にゾクゾクする。

　広すぎる間口から「昔のＲＰＧはこんなだったよなー」なんて思いながら入って行くと、いつの間にかとんでもなく深い物語に——非常に現代的なＲＰＧの物語に突き落とされていた、というのは、何だかＲＰＧの歴史をたどっている気分さえする。なるほどその意味では、このゲームはメタ・ゲームなのかもしれない。

　このように『ＧＯＤ』は「ゲームの向こうにあるもの」を追求する試みには果敢に挑戦している。じゃあなぜゲームがつまらないのかと言うと、それは「ゲームそのもの」に対する意識の甘さではないかと思うのだ。

　例を挙げよう。右のシーンで「神の石」のところに行く途中の山道には、敵が出るのである。ＲＰＧなんだから敵が出るのは当たり前と言われるかもしれない。だが舞台は架空の世界ではなく１９９９年の日本、現実世界なのだ。関東近郊の山道に出現した巨大なカエルを少年はバットで殴り倒し、カエルが落としたカネを自分のフトコロに収める……そんなことが現実世界で起こりうるか？

　エイリアンが攻めてきてからは物語はフィクションへと転換されるので、何が起きても構わない。だが、物語を現実世界からスタートさせたのなら、その部分は現実っぽくすべきである。なのに、「ＲＰＧでは山道では敵が出るもの」というお約束をまっ

たく疑うことなく鵜呑みにしている。「ゲームの先」ばっかりに目が行ってしまって、「ゲーム」それ自体をあまり見ていないのだ。
　ゲーム自体を見ていないため、ゲームは非常にありふれたモノになり、安易なシナリオ構成となる。特に序盤はいかにもＲＰＧ的な展開を見せる。「町に着く→事件が起きている→それを解決する（たいていは敵モンスターの仕業なので、そいつをやっつける）→たまに仲間が増える→次の町へ」の繰り返しという、典型的な「おつかいＲＰＧ」だ。
　ＲＰＧというジャンルがまだ新鮮だったころはおつかいも楽しかったが、ゲームとして成熟してきた今となってはさすがに飽きる。単にストーリーをなぞっていくだけの作業感、あるいは「やらされてる感」がつきまとうだけなのだ。

「やらされてる感」

　自分で物語を体験しているのではなく「やらされてる」と思えてしまうというのはゲームにとって致命的なことだ。「自分で話を進めて行く」というゲームの最大のメリットが失われるからである。
『ＧＯＤ』が誇る独自システムの一つに「インタラクティヴ・ダイアリー・システム」というのがある。セーヴしたところまでのストーリー展開が文章で確認できるというものだ。ストーリー展開というのは案外忘れがちなので、それを再確認できるのは確かにありがたい。
　が、ロールプレイングゲームとは「役割を演じるゲーム」であり、ゲーム中の主人公とプレイヤーは基本的に一体である。したがってゲーム中で起きたイヴェントに対して解釈を与えるのはプレイヤー自身であるべきだ。しかし、この日記システムにおいて、ゲーム中の主人公はストーリー展開を一人称で文章化する。プレイヤーは「自分自身」だったはずの主人公キャラが勝手に心情を吐露するのを、いささか戸惑いを覚えつつ眺めているしかないのだ。
　日記を読んで初めてイヴェントの意味が解ることさえあった。それでは何のためにイヴェントを体験してきたのか？
　主人公が勝手にしゃべるゲームが良くないと言っているのではない。「ＲＰＧの主人公はしゃべるべきか」というのはＲＰＧの歴史上、最大の命題の一つである。まったくしゃべらない立場に徹すれば、それは「プレイヤーが自分で物語を紡いでゆく」という意味での「物語の体験」となるし、しゃべるのであればそれは「用意された物語上のある登場人物の追体験」という意味での「物語の体験」となる。どちらが優れているというものではない。（ちなみに『ドラクエ』は前者、『ＦＦ』は後者だ）
　しかし重要なのは、どちらの立場も物語を体験することに変わりはない、ということだ。
　鴻上氏は、主人公がしゃべらないことにこだわると言いながら、一方で主人公の内面を語っていきたいと言うディレンマから日記システムを導入した。結果、ディレン

マは解消されたのかもしれないが、「自分」であるはずの主人公に対して一方的に、所定の解釈が与えられるようになってしまった。それはもはや「体験」とは呼びがたい。

ゲームの表現力の幅

どうしてそんなことになってしまったのか。氏はＲＰＧのことを安く見積もっていたのか。

そうではない。氏のＲＰＧに対する評価は、実はかなり高いのだ。そのことは、氏の次の言葉に端的に表されている。

黒澤明監督があれだけ尊敬されてるなら、（『ドラクエ』作者の）堀井さんも銅像が作られるくらいに尊敬されてなきゃいけないと思う。

しかし、氏は物語としてのＲＰＧにこそ高い評価を与えていたものの、どうもＲＰＧの表現力は低く見積もっていたような気がするのだ。「ゲームってこういうモノ」という既成概念にとらわれていて、表現を追求しなかったように思う。

ゲームの表現力の幅は、おそらく氏が考えていたよりずっと広い。それを思わせる興味深い会話がある。

堀井「基本的にコンピュータは、画面に表示されることでできないことはありませんから」
鴻上「といいますと？」
堀井「１００％は不可能かもしれません。しかし、方法さえ発見できれば、やりたいことのエッセンスを残すことは可能なんです。鴻上さんも演劇をやっていて、舞台上で表現できないものはないとお思いでしょう？」
鴻上「ええ」
堀井「それと同じなんですよ」

さらに興味深いことに、ともすると哲学的に聞こえるこの談義は、実際には非常に実践的なものなのだ。右の会話に続き、鴻上氏が次のようにぼやく。

表現の問題では、プログラマに間の取り方を教えるのがなかなか大変で……。例えば恋人が画面上に現れて、２秒後に主人公が現れる。この2秒が大切なんですよ。それがうまく伝わらない。

先にも紹介した、鴻上氏のこの言葉に、堀井氏はさらっとこう言ってのけるのだ。

セリフ中に（ここで2秒ウェイト）とか書いておくといいですよ。

それだけのこと！　たった、それだけのことなのだ。

ハードの制約は「枷」なのか？

また、鴻上氏はよく「容量が少ない」というハードの制約を挙げていた。しかし、技術的な制約はマイナス方向にしか働かな

いのか。
そうではないだろう。例えば『ポケモン』作者の田尻智氏は、その著書『新ゲームデザイン』（エニックス）で、「ハードの制約は作り手に枷をはめるが、それは本当に言いたいことが何なのかを冷静に判断するチャンスであり、むしろ強力な枷があるほうが都合が良い」とまで言っている。現に田尻氏はそうして、ゲームボーイという制約の多いハードで『ポケモン』を作り上げたのである。

考えてみれば、演劇においてもできることとできないことはあるはずで、その上で鴻上氏は「舞台上で表現できないことはない」と言い切っているわけだ。同じことがゲームでも言えるということに到達できなかったのは、非常に残念だ。

結局、氏が「ゲーム業界外の人間」であることがメリットだったはずなのに、それがマイナス方向にしか働いていないのだ。曰く「プログラマと意志疎通できない」「容量が足りない」……。

RPGの本質は「物語」ではない

メタ・ゲームというコンセプトは非常に良かった。物語を、そして物語の向こうにあるものを追い求めようという試みは大変面白かった。

だが、そのコンセプトをゲームとして表現することに、氏は失敗した。それはゲームにおける表現の追求が甘かったこともあるだろうし、氏の言うようにいいスタッフに恵まれなかったこともあるのかもしれない。

ＲＰＧの本質は、物語ではない。ＲＰＧはゲームであり「遊び」なのである。

氏だってそのことは解っていたはずだ。「ゲームは楽しくなければならない」と言っているのだから。

にもかかわらず、氏は『ＧＯＤ』を作る上で物語に対するアプローチに重点を置きすぎて、結果、「物語としてのＧＯＤ」は興味深い結果を残したかもしれないが、「ゲームとしてのＧＯＤ」は失敗に終わることになった。

氏には、たぶん、ゲームとしての『ＧＯＤ』の理念がなかったのだ。例えば、堀井氏の頭の中にある「ドラクエのイデア（理想のドラクエ）」は誰も見たことのない新しい『ドラクエ』なのだけど、鴻上氏の頭の中にあった「ＧＯＤのイデア」とは「ドラクエみたいなＲＰＧ」でしかなかったのではないか。

氏は「ゲームが好きだからゲームを作りたい」とその動機を語ったが、結局それは「ドラクエが好きだからドラクエみたいなゲームを作りたい」ということだったと思うのだ。そして思い描いていたのも「メタ・ゲーム」でなく「メタドラクエ」だった。

メタ論を持ち込んだことは、ある意味不幸だった。メタ論を展開し始めた瞬間、そのベースとなる『ドラクエ』は「最初からそこにある存在」になってしまった。

『ドラクエ』は、最初からそこにある存在ではない。それを作り上げるのがどんなに大変かは、『ドラクエ』を超えるゲームが世の中に何本あるかを考えればお解りだろう。

メタドラクエ論を展開するのであれば、ゲーム部分は『ドラクエ』級の水準でなければならない。しかし、ゲーム部分を「既にそこにあるもの」と思ってしまった開発陣は、『ドラクエ』を作るのがどんなに大変か解っていなかった。

いや、解っていなかったのではない。開発途中で解ってしまったのである。だから鴻上氏はデバッグに泣き、開発スタッフは嫌になり、発売は延期されたのである。

氏は第三舞台のライバルはJリーグだと言った。でも、『GOD』のライバルとして選んだのは、『ドラクエ』だった。

私の欲した『GOD』

最後に、個人的な話になってしまって恐縮だが、「私が『GOD』に何を望んでいたのか」について少々書かせていただいて、結びとしたい。

鴻上氏は演劇の世界において「それまでなかった芝居」を創り出した。私は、同じことをゲームで成し遂げてくれるのではないかと期待したのである。

まだ見たこともない、新しいゲーム。それがどういうゲームなのかは私には判らない。私が想像できるようなゲームを『GOD』には望まないからだ。私には想像もつかないような新しいゲームを、氏なら創り出しうると私は思った。

私が自分の願望を勝手に重ね合わせていただけ？　そうかもしれない。でも、氏は、確かにこう言った。

> とうとうRPGを作ることにしました。大好きなRPGです。大好きだからこそ、いまだかつて、誰も見たことのないRPGにしようと思っています。

この言葉は、私に「まだ見ぬRPG」の期待を抱かせるに充分だった。そして出て来た「誰も見たことのないRPG」が、本稿で長々と述べてきた、このゲームだ。

鴻上氏のことを「ここまで大風呂敷を広げておいて派手にコケた人もいない」と言う人がいた。「大風呂敷を広げて派手にコケる」と言うと、何となくワープの飯野賢治氏のことが思い浮かぶ。

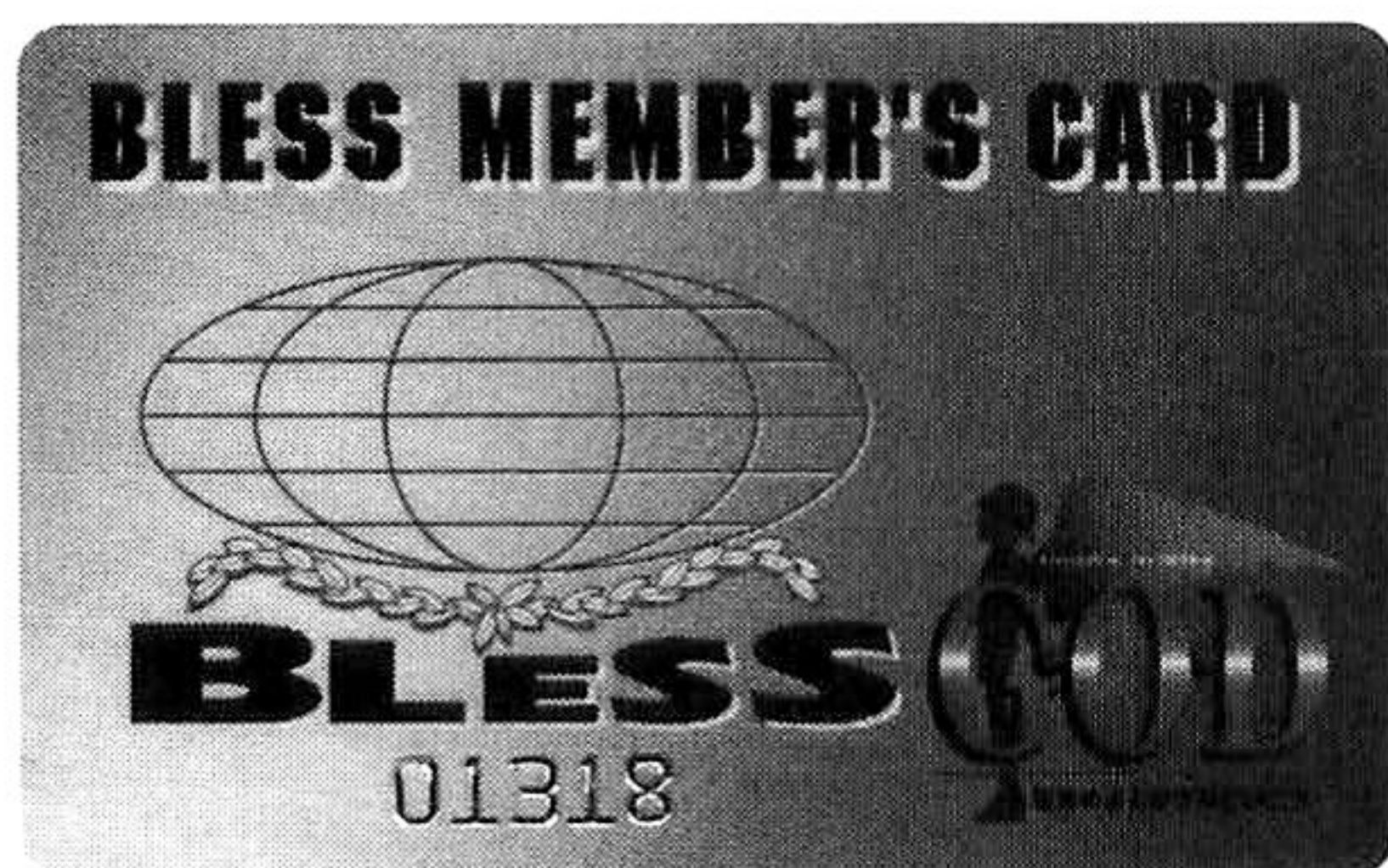
が、飯野氏の偉大なところは、確かに新しいゲームを創り出しているところだ。「何か違うんでは…」と人々に思わせながらも、「画面のないゲーム」のような新しいゲームを次々とリリースしてきた。

そう、「誰も見たことのない新しいゲーム」を作ることは可能なのだ。そしてそれが、私の欲したゲームである可能性だってゼロではないはずだ。

私にとって『G・O・D』とは、いま私の手元にあるこのゲームではなく、「新しいゲームの可能性」を表象する代名詞なのかもしれない。

【謝辞】

本稿は、私・秋本一人の力で書き上げたものではありません。柴Q様、織野田圭様、西船橋ジャッキー様、おたくをおもしろくする会の皆様、そして岡田学長には本当にお世話になりました。感謝しています。

それから、鴻上尚史様。あなたがいなければ、すべては始まりませんでした。

お願い——

この本をお読みになって、どんな感想をもたれたでしょうか。「読後の感想」を左記あてにお送りいただけましたら、ありがたく存じます。

なお、このほかに、「カッパの本」では、どんな本を読まれたでしょうか。また、今後、どんな本をお読みになりたいでしょうか。

どの本にも一字でも誤植がないようにつとめておりますが、もしお気づきの点がありましたら、お教えください。ご職業、ご年齢などもお書きそえくだされば幸せに存じます。

東京都文京区音羽一－一六－六
（〒112-8011）
光文社　カッパ・ブックス第一編集部

国際おたく大学　1998年 最前線からの研究報告

1998年7月30日　初版1刷発行
1998年8月25日　2刷発行

編者	岡田斗司夫
発行者	森元順司
印刷所	豊国印刷
製本所	明泉堂製本

発行所　東京都文京区音羽1　振替 00160-3-115347　株式会社 光文社
電話　編集部 03(5395)8170
販売部 03(5395)8112
業務部 03(5395)8125

落丁本·乱丁本は業務部へご連絡くだされば、お取替えいたします。

ISBN4-334-97182-2
Printed in Japan